АГЕНТСТВО СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ И МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРЕЗИДЕНТСКОГО ФОНДА КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ

Сборник материалов научно-практической онлайн-конференции

«МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

Челябинск
2022

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«АГЕНТСТВО СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
И МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ»

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИИ «МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

Издание подготовлено при поддержке Президентского фонда культурных инициатив на реализацию проекта «Медиабезопасность Южного Урала. Развитие навыков медийно-информационной грамотности молодежи Челябинской области»

Челябинск
2022

УДК 376.1
ББК Ч400.24
С 23

Одобрено учебно-методической комиссией
АНО «Агентство социальных проектов и молодежных инициатив»

Рецензенты
к.п.н. В.Н. Максимова, к.п.н. И.С. Попова

С23 Сборник материалов научно-практической онлайн-конференции «Медийно-информационная грамотность молодежи: вызовы и перспективы» / Отв. ред. Н. Н. Кошкарова. – Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2022. – 101 с.
ISBN 978-5-93162-683-3

В сборнике представлены материалы научно-практической онлайн-конференции «Медийно-информационная грамотность молодежи: вызовы и перспективы», которая была проведена 9-10 ноября 2022 года АНО «Агентство социальных проектов и молодежных инициатив» при поддержке Президентского фонда культурных инициатив на реализацию проекта «Медиабезопасность Южного Урала. Развитие навыков медийно-информационной грамотности молодежи Челябинской области». В своих докладах участники конференции обсуждали вопросы медийно-информационной грамотности, борьбы с дезинформацией и фейками, развития цифровой педагогики. Издание может быть полезно преподавателям вузов, студентам, всем интересующимся проблемами медиабезопасности.

УДК 376.1
ББК Ч400.24

ISBN 978-5-93162-683-3

© АНО «Агентство социальных проектов и молодежных инициатив»
© Отв.ред. Н.Н. Кошкарова, 2022
© Коллектив авторов, текст, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Абдулина К.Ю. ЦИФРОВАЯ ПЕДАГОГИКА НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО 6

Гаврилов В.В. ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА (КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД) 10

Гычина Ю.К., Орлова Е.А. ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ 16

Двойненко М.О., Бабушкин Д.А. ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФОРМАТЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ В МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 22

Женин И.В., Череаева О.А. ПРОБЛЕМА НЕГРАМОТНОСТИ СОТРУДНИКОВ СМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И КАК БОРОТЬСЯ С ДЕЗИНФОРМАЦИЕЙ 27

Зулькарнаева В.Т. НЕОБХОДИМОСТЬ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА 30

Корносенко Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ: ОПЫТ МУЗЕЯ 37

Макарова С.С. DEEPFAKES: ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ 42

Некрасов П.Б. СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА С ДЕТЬМИ-СИРОТАМИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ 47

Поддячая Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК ЧАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕНЫХ В ИНТЕРНЕТЕ 52

Прохода Е.Г., Изотов А.А. ПРОЕКТ «МЕДИАГОРОД»: ЕДИНАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ОТ МЕДИАГРАМОТНОСТИ К МЕДИЙНОМУ МЕНТАЛИТЕТУ 57

Руслякова Е.Е. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИА-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВУЮ АКТУАЛИЗАЦИЮ ПРОФИЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ СМИ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» 62

Симашенков П.Д., Рогалева А.А. ЦИФРОВАЯ ДИДАКТИКА И МЕДИЙНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ 65

Теличкин М.П. ПРОБЛЕМА ФЕЙКОВ, ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ЛОЖНЫХ НОВОСТЕЙ В АСПЕКТЕ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ 70

Третьякова М.О., Белова И.В. ДЕЗИНФОРМАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ ВЕДЕНИЯ КОНФЛИКТОВ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ 76

Хмелева К.Р., Сопегина А.А. НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ 80

Чудинов А.М. ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В ПЕРИОД СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ 85

Яковлева В.С. ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ 89

Ячменева О.А. РАЗВИТИЕ МЕДИАСРЕДЫ И МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИКАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА 92

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 98

Абдулина К.Ю.
Частная школа, г. Алматы

ЦИФРОВАЯ ПЕДАГОГИКА НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО

В статье рассматривается необходимость и актуальность цифровой педагогики в обучении английскому языку.

Ключевые слова: цифровая педагогика, ИКТ, подкасты, английский язык.

DIGITAL PEDAGOGY IN ENGLISH LESSONS

Abdulina K.Y.
Private School

The article discusses the necessity and relevance of digital pedagogy in teaching English

Keywords: digital pedagogy, ICT, podcasts, English

Цифровая педагогика с тала очень применимой, ориентированной на результат и помогает с делать обучение коммуникативному языку успешным как подход. Общение с помощью ИКТ улучшает наши наблюдения и способствует эффективному обмену мыслями. Это дает скромный штрих для прокрутки основных проблем и вопросов, теорий и концепций и т. Д. Подходы к обучению английскому языку претерпели водную транс формацию из-за распространения учебных технологий. Потому что поколение оказалось более современным и внедряется во все большее количество элементов преподавания и обучения. Цифровое образование и цифровая педагогика полностью изменили подходы к преподаванию и обучению; традиционные подходы заменились цифровыми.

Образование обычно черпает с вои концепции из технологических изменений в доминирующей культурной среде. Система образования динамична и динамична. С ростом глобализации, туризма и мобильности обучение студентов на международном уровне стало неотъемлемой частью высшего академического и экономически важного мира образования.

Цифровая педагогика – перспективная дисциплина, соче-

тающая идеи с технической и теоретической информацией, а также сочетающая образование с педагогической критикой. В двадцать первом веке происходят огромные изменения, связанные с инновационным и техническим прогрессом. Этот век известен как время компьютеризированных инноваций и информации. Поэтому для учителя английского языка важно оставаться знакомым с цифровой педагогикой, ее интеграцией и общим исполнением.

Метод обучения двадцатого века отличается от метода обучения двадцать первого века. С начала двадцать первого века были внесены многочисленные коррективы в улучшение национального и мирового обучения. Благодаря развитию науки о мозге гипотеза детства создает адаптирующиеся системы, адаптирующее поведение и представление об образе жизни. В обучении понимание принятия результатов перешло от информации или информации и способностей к развитию навыков.

Цифровое образование и цифровая педагогика полностью изменили подходы к преподаванию и обучению; традиционные подходы заменились цифровыми. Целью настоящего исследования является анализ необходимости иактуальности цифровой педагогики в обучении английскому языку. Навык и сложно сформировать в одном упражнении, поэтому можно говорить об «методах обучения», актуализированных на конкретный период времени.

Компьютеризированные гаджеты повлияли на наши поучительные ос новы, которые борю тс я за то, чтобы оставаться в курс е темпов прогресса, которые, как можно было наблюдать, были полностью внедрены в социальной, экономической и особенно современной жизни. Так им образом, глядя на обзор литературы, разрыв здесь наблюдается как расширенная глобализация, путешествия и мобильность, обучение дублеров по всему миру с тало необходимым, чтобы с тать академически и финансово значимой частью высшего образования по всему миру.

Компьютеризированная педагогика – это развивающаяся область исследований, объединяющая способ мышления об инновациях и гипотезах данных с основным методом об-

учения и поучительным образом мышления. Обучение, как правило, черпает свое происхождение из механических изменений в господствующей социальной среде. Затем дается инструкция по у чету преобразующей интенсивности инноваций в обучении. Инновации меняли и продолжают менять художественное творчество и его осмысление. Гарантия того, что компьютеризированное обучение изменит инструктаж и обучение, например, благодаря широк ой доступности продвинутых средств обучения или глубок о перестроенным виртуальным учебным встречам, регулярно остается без внимания коварным социальным, моральным и эпистемологическим подозрениям, поддерживающим такие изменения.

Учителя английского языка используют определенные ИКТ, рассматривая их как цифровую педагогику для достижения лучших результатов. Помимо профессионального интереса, учитель должен уметь пользоваться информационно-коммуникационными технологиями. Его фактическая компетентность наблюдается и измеряется его академическими достижениями. Подкасты также являются инструментами информационно-коммуникационных технологий. Сегодня подкастинг рассматривается как учебный инструмент, широко используемый для обучения, а также для обучения. По сути, подкаст обычно представляет собой аудиорепортаж, который можно загрузить и прослушать. Люди обычно создают подкасты, чтобы делиться мыслями, презентациями или музыкой. Это новый метод, который усиливает точные задачи, способствует уникальным действиям и дополнительно поддерживает беспристрастныйполучение знаний в качестве альтернативного метода коучинга и получения знаний по предмету или языку. Это более полезно для записи уроков учителя. Он играет жизненно важную роль в обучении английскому языку.

Новые цифровые технологии проникли в экономическую систему, политику и рабочие места. Это стало обязательным средством, с помощью которого мы общаемся друг с другом, а также участвуем в процессе всех этапов обучения от детского сада до докторантуры. Эта концепция нанесения ударов по людям с помощью технологий экономически эффективна.

Электронный мастеринг – это адаптивная техника знакомства, которая ориентирована на учащегося, а также способствует социальному и совместному знакомству. Это дает возможность лучше управлять большой группой студентов, в то же время сохраняя высокий уровень удержания и более эффективное понимание предмета.

Компьютеризированные инновации проникают во все сферы нашей жизни – обучение, переписку, культуру, правительство, банковское дело, рекламу, благополучие, корпоративные ассоциации, координацию и транспорт и так далее. Часть из них недооценена – запрограммированные кассиры, современные сотовые телефоны, электронная почта, компьютеризированная камера, неформальное общение на большие расстояния и GPS-навигаторы для транспортных средств. Компьютеризированные достижения и средства массовой информации повлияли на сеть обучения, на то, как мы обучаем и как дублеры надеются учиться. Они меняют наши классные комнаты и привлекают дублеров, чтобы они сами стали аналитиками. Технологические разработки являются частью обучения и образования.

Технологии – это язык, на котором говорят сегодняшние студенты. Кроме того, наша главная задача как педагогов – стать поборниками цифрового гражданства. Компьютеризированный период представил организованный мир и открыл доступ к информации из любой области в любой момент времени. Этот вход будет двигаться быстрее, чем мы успеваем. Это дает скромный штрих, чтобы прокрутить основные проблемы и проблемы, теории и принципы, характеристики и составляющие, потребности и значение, помимо роли учащихся, инженеров, инструментов и методов в обеспечении эффективности и успеха коммуникативного обучения языку как подхода. Усовершенствованный метод обучения дает инструкторам несколько шансов использовать инновации для поощрения и улучшения образования и обучения. Энтузиазм передовых методов обучения развился в основном в школьной сети с появлением семинаров, встреч и дневников. Образование в 21 веке требует инновационной информации, несмотря на информацию о содержании. Поставщики передового образования вы-

нуждены из чувства чести гарантировать, что наши организации достаточно организованы, чтобы стать мощными педагогами для компьютеризированной эпохи. Компьютеризированные инновации предлагают новые возможности и трудности для инструкторов. Как бы то ни было, объединение этих открытых дверей в образовательный план и учебную практику представляет собой огромное испытание для учителей и разработчиков подходов. Манеры, которыми используются и актуализируются эти инструменты, производят впечатление импровизированных, а не преднамеренных действий.

Эффект передовых достижений в методах обучения получил смешанные и регулярно увлекательные ответы среди преподавателей. Передовой метод обучения подразумевает использование компьютеризированных инноваций для изменения образования и обучения. Он использует ИКТ для повышения качества инструктажа и обучения. Он инструктирует внутри и за учебным залом. Это может выглядеть как использование PowerPoint в классе для обучения в Интернете. Это дает мощное осознание, которое является динамичным, творческим и вечным. Это способствует распределенному обучению, сложным запросам и ответственности. Передовые инновации вызвали информационный взрыв и изменили учебные ситуации. Эти прогрессии представляют собой критические учебные и учебные трудности. Нормальный метод обучения – это область, которая управляет гипотезой и практикой обучения. Он включает в себя то, чему мы обучаем, как мы это показываем и почему это важно в наших социальных порядка

Гаврилов В.В.
Сургутский государственный педагогический университет, г. Сургут

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА (КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД)

В статье затрагивается актуальный на данный момент вопрос о выборе критериев оценки эффективности журналистских текстов.

Автор предлагает считать одним из базовых критериев такой оценки совпадение/несовпадение концептосферы текста журналиста и текста читателей (обратная связь). Приводится пример анализа концептосферы двух таких текстов, имеющих региональные особенности, делаются выводы относительно эффективности анализируемого журналистского текста в соответствии с выбранным критерием оценки.

Ключевые слова: журналистский текст, концептосфера, базовый концепт, периферия, эффективность текста, обратная связь.

FEEDBACK AS AN INDICATOR OF THE EFFECTIVENESS OF JOURNALISTIC TEXT (CONCEPTUAL APPROACH)

Gavrilov V.V.
Surgut State Pedagogical University

The article touches upon the currently relevant issue of the choice of criteria for evaluating the effectiveness of journalistic texts. The author suggests that one of the basic criteria for such an assessment is the coincidence/discrepancy between the conceptual sphere of the journalist's text and the readers' text (feedback). An example of the analysis of the conceptual sphere of two such texts with regional characteristics is given, conclusions are drawn regarding the effectiveness of the analyzed journalistic text in accordance with the selected evaluation criterion.

Keywords: journalistic text, conceptosphere, basic concept, periphery, text effectiveness, feedback.

Вопрос об оценке эффективности журналистских текстов является в настоящее время одним из самых актуальных в условиях цифровизации (большие объемы информации) и коммерциализации (адресное обращение к потребителям информации) журналистики.

Однако критерии оценки эффективности журналистских текстов у разных авторов отличаются, следовательно, мы можем говорить об отсутствии единообразия, согласованной точки зрения по данному вопросу. Так, исследователи И.И. Волкова и Д.А. Гужвий одним из базовых критериев предлагают считать «клиентоориентацию», «интернет-маркетинговые переменные» [1]. Данная точка зрения представляется

спорной. Нам гораздо ближе мнение о том, что «цель лишь тогда может быть “точкой отсчета” в деятельности журналиста, когда она оказывается максимально глубоким и точным отражением потребностей. Следовательно, рассматривая цель как основание для расчета эффективности, необходимо учитывать потребности аудитории (и ее различных социальных слоев) в информации, а также реальные возможности их удовлетворения в данное время. Такое понимание эффективности, по-видимому, и является исходной точкой изучения эффективности журналистской деятельности» [5].

При этом возникает вопрос о том, как журналисту спрогнозировать совпадение авторской и читательской точек зрения, как добиться этого «единения» в понимании одной проблемы. На первый взгляд, вариантов два: 1) постоянное изучение общественного мнения через анкеты, опросники, работу с фокус-группами, 2) манипулирование сознанием читателей, использование инструментов агрессивного воздействия на реципиентов.Действительно, ряд исследователей предлагает использовать социологические методы для изучения предпочтений аудитории: «Качественные методы можно условно разделить на два класса: одни из них используются при сборе эмпирических данных (такие как наблюдение, эксперимент, прогнозирование, интервью и пр.), другие – при анализе полученных сведений (здесь можно назвать классификацию, группировку, типологизацию и т. п.)» [6]. Манипулирование общественным сознанием, его подгонка под авторскую картину мира кажутся нам не совсем оправданными, так как не оставляют реципиенту свободы выбора (хотя, безусловно, мы не можем отрицать воздействующую функцию журналистики).

Но есть и третий путь. Журналистский текст будет эффективным, если автор и потребитель информации окажутся в одном культурном пространстве, начнут оперировать общим культурным кодом. При этом допустима продуктивная дискуссия, обмен мнениями, однако базовые основания для продуцирования, понимания и восприятия текста будут едиными.

В основе культурного кода нации лежат концепты. Концепт, вслед за Ю. С. Степановым мы понимаем как *«сгусток*

культуры в сознании человека; то, ввиде чего культура входит в ментальный мирчеловека» [3]. Это, по мнению С. Г. Воркачева, «единица коллективного знания/сознания (отправляющая к высшим духовным ценностям), имеющая языковое выражение и отмеченная лингвокультурной спецификой. Это *культурно отмеченный*вербализованный*смысл*, представленный в плане выражения целым рядом своих реализаций. Концепт принадлежит национальному языковому сознанию. Концепты – это семантические образования высокой степени абстрактности» [2]. В этой связи мы можем предположить, что совпадение концептосфержурналистского текста и комментариев к нему может быть одним из показателей эффективности данного текста, и, напротив, значительное расхождение концептосфер будет говорить о том, что языковая картина мира автора не накладывается на языковую картину мира читателей, возникает ментальный диссонанс, эффективность текста будет низкой.

Рассмотрим это положение на примере. За основу возьмем текст сургутского журналиста Д. Щеглова «Третья смена», подзаголовок «Почему бы не открыть школьные спортзалы и бассейны для всех желающих во внеурочное время» [4]. Материал опубликован на сайте «СИА-Пресс» 9.09.2022. Несмотря на кажущуюся незначительность выбранной автором темы, в тексте присутствует региональный компонент, статья вызвала достаточно бурное обсуждение (обратная связь). Наличие текста и комментариев к нему дает нам возможность сравнить авторскую и читательскую концептосферы, выяснить, насколько они совпадают.

Основная идея материала состоит в том, чтобы открыть спортзалы и бассейны для всех желающих во внеучебное время. Выдвигается несколько аргументов: 1) школа заработает, 2) люди будут заниматься спортом и меньше пить, 3) можно будет реализовать элементы нацпроектов через подобную инициативу, 4) можно привлечь родителей учеников к здоровому образу жизни. «В общем, раз уж город вкладывает огромные миллиарды в школьную инфраструктуру, так надо учиться максимально использовать ее на благо людей. Всех», – дела-

ет вывод автор [4]. Используя интернет-программу «Адвего», которая позволяет проводить онлайн семантический анализ текста, мы выделили ключевые слова в указанном материале. Результаты представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Ключевые слова текста Д. Щеглова «Третья смена»

Слово	Количество употреблений	Частота, %
школьный	7	1.41
вопрос	5	1.01
инфраструктура	4	0.80
система	4	0.80
бассейн	3	0.60
внеурочный	3	0.60
город	3	0.60
гражданин	3	0.60
учреждение	3	0.60
школа	3	0.60
баскетбол	2	0.40
благо	2	0.40

Комментарии читателей к материалу в подавляющем большинстве критические. Упоминаются вопросы безопасности и загруженность школ (учеба в три смены): «Пока преступность не будут выжжена с корнем школы останутся «островками безопасности» с «крепостными стенами» и «подъёмными мостами через ров» [4]. Ключевые слова текстов комментариев приведены в Таблице 2.

Таблица 2.

Ключевые слова текстов комментариев читателей к материалу Д. Щеглова

Слово	Количество употреблений	Частота, %
школа	25	3.58
мыслить	5	0.72

Слово	Количество употреблений	Частота, %
класс	4	0.57
сентябрь	4	0.57
спортзал	4	0.57
актовый зал	3	0.43 / 0.86
государственный	3	0.43
мыслить по-государственному	3	0.43 / 0.86
новых школ	3	0.43 / 0.86
нужно	3	0.43
охрана	3	0.43
построить	3	0.43
ребенок	3	0.43

На основе данных ключевых слов можно составить концептосферы обоих текстов. В первом случае, базовым будет концепт «инфраструктура» с ближайшей периферией *школьный, внеурочный, гражданин, система, благо.* Такой набор концептов соотносится с основной задачей автора – убедить читателей в целесообразности использования ресурсов школ всеми горожанами.

Читательская концептосфера отличается от авторской: базовый концепт «школа», ближайшая периферия: *мыслить, государство, новые школы, охрана* и *ребенок*. Совершенно очевидно, что читатели на первое место в границах школы ставят ребенка и его безопасность. Автору советуют мыслить по-государственному, то есть не гнаться за частной и мелкой выгодой, оставить актовые залы и спортзалы детям для обучения, воспитания и всестороннего развития.

Как видим, авторская и читательская концептосферы не совпадают, представленный текст нельзя считать эффективным.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Волкова И. И., Гужвий Д. А. Интегративный подход к измерению эффективности контента в новых медиа: постановка

проблемы // Вестн. Рос.ун-та дружбы народов. Сер. : Литературоведение. Журналистика. 2017. № 3.

2. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. №1.

3. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 2-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2001.

4. Щеглов Д. Третья смена // СИА-Пресс //URL: https:// siapress.ru/blogs/116752-pochemu-bi-ne-otkrit-shkolnie-sportzali-i-basseyni-dlya-vseh-gelayushchih-vo-vneurochnoe-vremya#comment-271831 (дата обращения: 20.09.2022)

5. Эффективность журналистской деятельности: критерии и способы оценки // URL: https:// lektsii.com (дата обращения: 14.09.2022).

6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара, 1995.

Гычина Ю.К., Орлова Е.А.
Московский педагогический государственный университет, г. Москва

ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В статье рассмотрен ряд существующих или потенциально возможных коммуникационных проектов. Мы проследили, какая взаимосвязь существует между коммуникационными проектами и медиаграмотностью. Нами была предпринята попытка классифицировать коммуникационные проекты и сформировать вариант типологии таких проектов. Результатом данной работы стало составление перечня признаков, определяющих подробный тип коммуникационного проекта.

Ключевые слова:коммуникационный проект, медиаграмотность, медиаресурсы, медиатизация, медийная активность, СМИ, медиапроизводство

TYPOLOGY OF COMMUNICATION PROJECTS

Gychina Y.K., Orlova E.A.
Moscow State Pedagogical University

The article considers a number of existing or potentially possible communication projects. We traced the relationship between communication projects and media literacy. We have made an attempt to classify communication projects and form a variant of the typology of those projects. The result of this work was the compilation of a list of features that define the detailed type of communication project.

Keywords: communication project, media literacy, media resources, mediatization, media activity, mass media, media production

Коммуникация – это один из важнейших элементов эволюционных процессов в жизнедеятельности человеческого общества. Поскольку коммуникация как процесс отличается динамичностью, человеку необходимо постоянно развивать свои коммуникационные навыки. Для овладения современными видами коммуникации важно повышать свою медиаграмотность.

В рамках данной статьи нами была поставлена задача составить типологию коммуникационных проектов, влияющих в т.ч. на медиаграмотность их участников. Для реализации поставленной задачи мы собрали и проанализировали несколько видов коммуникационных проектов различной направленности. Полученная в результате исследования типология может быть использована в качестве базовой системы, рекомендованной для дальнейшего уточнения и расширения, которую можно будет применять в образовательных целях.

Основные термины, которые будут использованы в статье, это коммуникационный проект и медиаграмотность. Понятие коммуникационный проект может быть определено, как «Стратегически продуманная система действий, основной целью которой является достижение заданных обособленных задач» [1]. Относительно понятия медиаграмотности, в данной работе будем использовать следующее «Это способность опознавать различные типы медиа и понимать разнообразные сообщения, которые они передают, улучшая качество человеческой жизни» [4].

Для корректного понимания принципов работы современных источников медиа, а также определения способов взаимодействия с ними и положения человека в такой коммуникации, необходимо умение ориентироваться в медийном инфополе. Медиаграмотность здесь направлена на внедрение человека в мир медиа, становление его активным субъектом, а также на умение отделять получаемую и создаваемую человеком медиа информацию от самого себя как личности. Медиаграмотность включает в себя как умение применять навыки создания медиапродукта и преобразовывать медиареальность, так и связь человека как субъекта медиа с производными медиа.Медиаграмотность находит свое применение в различных сферах жизни человека. Она положительно влияет на развитие международных, в т.ч. бизнес, коммуникаций, способствует интеграционным процессам, глобализации. Медиаграмотность необходима для более активного взаимодействия со СМИ.

Коммуникационные проекты (либо далее сокращенно к. проекты) дают возможность оценивать степень развития медиаграмотности путем оценки обратной коммуникативной связи аудитории проекта, выраженной в комментариях, реакции этой аудитории на полученную информацию. Свободная горизонтальная коммуникация между представителями аудитории к. проектов значима для выявления качества к. проекта, развития свободы коммуникации, а также современного языка, способов взаимодействия между субъектами, субъектами и объектами коммуникации.

Примерами коммуникационных проектов, направленных на распространение широких междисциплинарных знаний является деятельность библиотек по организации досуга для граждан. Коммуникационные проекты, организуемые библиотеками, могут принимать форму встреч с писателями в рамках автограф-сессий, чтения отрывков из произведений или бесед в формате «вопрос-ответ».Библиотечные к. проекты влияют, прежде всего, на совершенствование навыков взаимодействия с традиционными медиа, поскольку затрагивают такие носители информации, как книги и иные преимущественно письменные источники информации.

Коммуникационные проекты являются значимой частью маркетинговой деятельности коммерческих организаций. Информационное пространство ежегодно становится все более высококонкурентным, что вынуждает бизнес-процессы полагаться на передовые платформы коммуникации или даже в ряде случаев создавать собственные. Для выполнения этой цели специалистам-коммуникаторам необходимо развивать навыки выстраивания контент-стратегий, отвечающих параметрам новизны, креативности, вызывающих заинтересованность существующих заказчиков и потенциальных клиентов.

Например, компании, предоставляющие услуги в сфере медиа, при проведении мероприятий, нацеленных на продвижение рекламодателей, для реализации коммуникационных проектов могут использовать все доступные медиаресурсы. Так, коммуникация с целевой аудиторией клиентов будет включать телерекламу, радиорекламу, рекламу в электронных изданиях, социальных сетях. При этом будет активизировано максимально возможное число рецепторов, касающихся вопросов медиаграмотности получателей рекламы. Продвижение сразу по нескольким каналам коммуникации в силу финансовой составляющей доступно не каждой коммерческой организации. При ограниченном бюджете заказчика перед специалистом в области рекламы и коммуникаций стоит задача создать к. проект, который привлечет внимание своей непосредственностью. Здесь мы говорим про запуск такой формы коммуникации, как сарафанный маркетинг[3].

Формой коммуникационного проекта в сфере медиа можно считать концертные и иные развлекательные мероприятия, проводимые в рамках профессиональных либо корпоративных событий. Например, проведение концерта с награждением лучших журналистов, работников ТВ и радио, специалистов СМИ по случаю празднования дня российской печати [3]. К проектам, подразумевающим очное участие большого количества людей, можно отнести проведение презентаций новых продуктов, деловых ярмарок, конференций, выставок. Такие мероприятия позволяют поддерживать к. связи напря-

мую, без дополнительных средств передачи информации, а следовательно, с меньшим числом коммуникационных барьеров.

Еще одним способом коммуникации в коммерческой сфере является кобрендинг, который мы рассмотрим, как организацию совместного к. проекта нескольких брендов, выраженных в форме совместной рекламной кампании. Кобрендинг призван увеличить коммуникативный эффект.

Коммуникационные проекты, а также система их продвижения существуют и в научной сфере. В данном случае коммуникаторы акцентируют свое внимание именно на продвижении научных проектов, поскольку к. проект здесь – инструмент распространения научной информации и поиск возможностей ее прикладной реализации.

Успех коммуникационного продвижения научного проекта основан на медиатизации общества. Как заявляет И.Н. Тельнова, было выявлено, что медийная активность конкретного ученого влияет на степень интереса широкой аудитории к его исследованиям [5]. Под медийной активностью мы подразумеваем частотность появления ученого в СМИ. В рамках взаимодействия со СМИ (прежде всего электронными) значимыми для к. проекта являются количество и качество упоминаний ученого и его исследований, число запросов пользователей по теме исследования или ученого отдельно, количество просмотров и полноценных прочтений материалов. Кроме того, на степень медийной активности влияют источники распространения данных исследований (влиятельность СМИ), количество взаимодействий аудитории с материалом (репосты, комментарии, загрузки), а также жанр публикации. Так, мы считаем, что наиболее надежную позитивную репутацию ученый получает благодаря аналитическим статьям.

Таким образом, из рассмотренных ранее форматов реализуемых к. проектов, мы можем составить типологию коммуникационных проектов. Данная типология объединяет к. проекты по комплексу признаков:

- Жанр (вид): рекламная кампания, веб-проект, физическое сооружение, журналистский материал, и т.д.;

- Технические средства распространения: печатные СМК, электронные СМК, без технических средств;
- Зона влияния (охват): персональная, групповая, широкого влияния;
- Форма: реальная (осязаемая), виртуальная (видимая);
- Специфика применения (направленность): образовательные, социальные, коммерческие, научные, деловые, развлекательные, смешанные и т.д.;
- Канал распространения: СМК, институты образования и культуры, физические объекты массового использования;
- Степень влияния на социум (ситуация-основа): влияющие на мировоззрение, формирующие мировоззрение, не формирующие.

Разберем данную типологию на примере студенческой радиостанции. Жанром продукта студ. радио как к. проекта является журналистский материал, выпускаемый в форме радиопередачи (например, подкаст, интервью, новостная сводка). В качестве технических средств распространения выступают электронные СМК, а именно – радио. Зона влияния – групповая, поскольку радиостанция охватывает сразу большое число студентов; но при этом не широкого влияния, т.к. студенческое радио редко прослушивается людьми вне учебного заведения или людьми, не имеющими отношение к нему. Форма – виртуальная, поскольку у аудитории чаще всего нет возможности физического контакта с медиапродуктами радиостанции. Специфика применения рассматриваемого к. проекта – смешанная (включает образовательную, развлекательную, научную направленности). Канал распространения информации – СМК (радиостанция). Притом в данном случае нельзя отрицать институт образования как канал распространения информации, т.к. радио принадлежит учебному заведению и решает в том числе задачи образования. Степень влияния на социум можно определить, как влияющий на мировоззрение, либо не формирующий. Этот пункт будет зависеть от содержания медиапродуктов радио.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алешковский И.А., Андриянов А.В., Антипов Е.А. Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2017». М.: МАКС Пресс, 2017.
2. Данченко Е.А., Удалова К.В. Разработка сценариев реализации кобрендингового коммуникационного проекта с целью продвижения услуг ПАО «Сбербанк» // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2017.
3. Кондакова В.Ю., Милюкова А.Г. Организация коммуникационных проектов регионального медиахолдинга для партнеров // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2019.
4. Погодина Р.И. Проектный семинар, теория. М: НИУ ВШЭ, 2016.
5. Тельнова И.Н. Коммуникационная стратегия продвижения научных проектов в медиасреде: прагматический подход // Верхневолжский филологический вестник. 2021.

Двойненко М.О.
Южно-Уральский государственный университет (НИУ), г. Челябинск
Бабушкин Д.А.
Южно-Уральский государственный университет (НИУ), Агентство социальных проектов и молодежных инициатив, г. Челябинск

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФОРМАТЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ В МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В статье авторы рассматривают вопросы, связанные с организацией новых форм воспитательной работы с обучающимися опираясь на возможности онлайн пространства. Основной предлагаемый метод такой работы по создании медиаобразовательных проектов выступают неформальные методы обучения. Авторы предлагают, как минимум три направления организации воспитательной работы в формате проектной деятельности в медиа.

Ключевые слова: медиаобразовательный проект, воспитательная работа, педагогика, неформальные методы образования.

PROSPECTS OF PROJECT ACTIVITY IN THE FORMAT OF CULTURAL INITIATIVES IN THE MEDIA AS A TOOL OF EDUCATIONAL WORK

M.O. Dvoinenko, D.A. Babushkin

In the article, the authors consider issues related to the organization of new forms of educational work with students based on the possibilities of online space. The main proposed method of such work on the creation of media educational projects is informal teaching methods. The authors suggest at least three directions of organizing educational work in the format of project activity in the media.

Keywords: media educational project, educational work, pedagogy, informal teaching methods.

Коммуникативная среда в постковидный период значительно эволюционировала и сформировала новые практики взаимодействия человека с онлайн-пространством. Данные тенденции в образовательной среде начали формироваться еще в 2012 году и были зафиксированы отечественными исследователями медийного пространства В.А. Плешаковым, Л.Г. Егоровой, А.Н. Фортунатовым [4; 3; 6]. Основной тезис, предлагаемый авторами, гласит, что происходит процесс качественного изменения потребления информации, а вместе с этим объект потребления находится в новых коммуникативных условиях, принимая на себя ранее несвойственную ему роль субъекта. В данном случае качественное изменение выражается в том, что каждый участник онлайн-среды выступает субъектом в реальном времени, выражающим свое отношение к происходящим событиям, проявляет эмпатию и тем самым вовлекает неограниченный круг лиц в субъектно-объектное потребление и производство контента разного типа: от развлекательного до социально значимого.

Данный феномен достаточно полно описывается исследователями Джереми Хеймансом и Генри Тиммсом в 2018 году. Авторы достаточно хорошо описывают модель функциони-

рования современного общества и роль новых медиа в реализации общественно-политической жизни. Современные общественные отношения, в том числе и их онлайн-версия, базируются вокруг проектной деятельности, при этом любой процесс должен быть подкреплен онлайн-сопровождением по горизонтальной модели коммуникации, чтобы иметь значимый социальный или образовательный эффект, тем самым достигается эффект вовлеченности [7].

Данный тезис подкрепляется исследованием форм молодежного участия в онлайн-коммуникации и способов выражения молодежью своего мнения. Кандидат филологических наук К.В. Дементьева приходит к выводу, что интерактивность онлайн-коммуникации в формате челленджей, флешмобов и других форм интерактивности в онлайн-пространстве выступает одним из факторов вовлеченности [1]. Следовательно, непосредственное участие в проекте и возможность перманентного позитивного подкрепления со стороны других пользователей позитивно сказывается на уровень вовлеченности обучающихся в проектную деятельность.

Важно отметить и значимость молодежных проектов в сфере медиа. Медиаобразовательный проект, как отмечает И.А. Фатеева, создается в учебных целях и представляет собой педагогическую технологию [5, с 24], которая может преследовать сугубо образовательные цели и выступать как дополнение к текущему образовательному процессу (построение интерактивных графиков, посещение онлайн-музеев и т.д.). Мы же рассмотрим данную технологию с точки зрения организации воспитательного процесса, в котором она будет выполнять функцию повышения культурного уровня обучающихся.

Проекты в области повышения культуры медийно-информационной грамотности, в первую очередь, направлены на формирование устойчивости к вызовам сети Интернет, что связано с распознаванием фейковой информации, защитой личной информации и развитием навыков реагирования на деструктивный контент. Проекты данного типа не только решают потребность в дефиците информации, разъясняют основ-

ные отличия онлайн-коммуникации от очной, но и знакомят со всеми типами правовой ответственности. Молодежных инициативы в области профилактики кибертравли направлены на развитие культуры общения в сети, а также способствуют повышению уровня толерантности и развивают эмпатию.

Проекты в области популяризации исторической памяти и национальной идентичности нацелены на приобщение молодежи в образовательной среде к межкультурной коммуникации, а также изучение истории теми методами, которые для них являются наиболее понятными. Создание и просмотр коротких роликов о исторических событиях будет нести не меньший образовательный эффект, как и лекция на данную тему. Вместе с этим визуализация традиций других народов способствует их восприятию.

В последние годы наблюдается тренд на здоровье сберегающие проекты. Данная история может и находится в интернет-среде (онлайн-здоровье), логично продолжают тему, связанную с развитием здоровой нации. Важно отметить, что в современных условиях ментальное составляющие здоровой личности является нетомлёное составляющее воспитания. Тем самым такие проекты популяризируют не только практики преодоления тревожности, но и инструменты помощи в онлайн-пространстве, в ситуации, когда огромный поток потребляемой информации приводит к эмоциональному выгоранию и вполне осязаемой депрессии.

Таким образом, медиаобразовательный проект может выступать как в качестве составляющей проектной деятельности обучающихся при организации воспитательной работы, так и выступать самостоятельным направлением деятельности, реализуемым посредством сети Интернет. В описанных случаях важно отметить наличие дополнительного социального эффекта, связанного с его возможным широким распространением и вовлечением дополнительного круга лиц.

Следует также обозначить возможные методы реализации описываемых проектов. Такие методы отличаются в первую очередь интерактивностью и равнозначностью участников, что наблюдается важным для современного поколения (вза-

имное обучение peer-to-peer) [2]. Наиболее эффективными, на наш взгляд, выступают методы неформального образования, базирующиеся на идее обучения через получение эмпирического опыта (проектная работа, проблемное обсуждение визуальных материалов, разработка или участие в образовательной игре), следовательно, на основании полученного опыта и педагогического сопровождения может формироваться устойчивая модель поведения и реакций на социокультурные вызовы среды, психологическая устойчивость к медиапродуктам, транслируемым в сети Интернет.

Отдельно стоит отметить, что инструментом включения в данные проекты могут служить различные соревновательные элементы и способы получения обратной связи (всевозможные голосования, облака тегов, интерактивные доски и т.д), подкрепление хештегами (знак решетки, используемый как ссылка) и выражением в социальных сетях своего отношения к проекту или ходу его реализации.

Таким образом, организация воспитательного процесса посредством медиаобразовательного проекта является перспективным инструментом повышения культуры обучающихся в разных направлениях, опирающимся на возможности онлайн-пространства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дементьева К. В. Медиаплощадки в Интернете как способ выражения общественного мнения молодежи // Журналистский ежегодник. 2017. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaploschadki-v-internete-kak-sposob-vyrazheniya-obschestvennogo-mneniya-molodezhi (дата обращения: 17.10.2022).

2. Peer-to-peer, или взаимное обучение: что за подход, где и как он применяется // Skillbox URL: https://skillbox.ru/media/education/peertopeer-ili-vzaimnoe-obuchenie-chto-za-podkhod-gde-i-kak-on-primenyaetsya/

3. Егорова, Л. Г. Основные принципы коммуникации в онлайне / Л. Г. Егорова, А. Г. Потапенко // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернад-

ского. Филологические науки. – 2012. – Т. 25 (64). – № 1-2. – С. 381–386.

4. Плешаков, В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а : моногр. / В. А. Плешаков. – М. : Прометей : МПГУ, 2012. – 213 с.

5. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. Челябинск,

6. Фортунатов, А. Н. Медиапедагогика или техновоспитание? / А. Н. Фортунатов // Философия и общество. – 2011. – № 3. – С. 135–154. Челяб. гос. ун-т, 2007. 270 с.

7. Хейманс Д., Тиммс Г. Новая власть: Какие силы управляют миром – и как заставить их работать на вас. – Альпина Паблишер, 2018.

Женин И.В., Чераева О.А.
Южно-Уральский государственный колледж,
г. Челябинск

ПРОБЛЕМА НЕГРАМОТНОСТИ СОТРУДНИКОВ СМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И КАК БОРОТЬСЯ С ДЕЗИНФОРМАЦИЕЙ

В статье раскрывается важность грамотности сотрудников медиакомпаний, подробно проясняется суть проблемы недостаточной квалификации в медийном спектре; даны рекомендации, направленные на сокращение дезинформации в современном мире.

Ключевые слова: СМИ, информация, штраф, общество, безопасность, защита, данные, проект, закон, социальные сети, публикация.

THE PROBLEM OF MEDIA ILLITERACY IN MODERN SOCIETY AND HOW TO FIGHT DISPINFORMATION

Jenin I.V., Cheraeva O.A.
South Ural State College

The author reveals the importance of literacy of employees of media companies, the essence of the problem of insufficient qualifications in the media spectrum is clarified in detail; recommendations are given aimed at reducing disinformation in the modern world.

Keywords: media, information, fine, society, security, protection, data, project, law, social networks, publication.

В настоящее время человек очень сильно ценит грамотность, данный аспект является одним из ключевых в современном обществе, который определяет квалификацию специалистов в определенной рабочей среде. СМИ являются наглядным примером для всех нас, поскольку большинство граждан привыкли им доверять, избирая как наиболее проверенный и доступный источник актуальной информации. Высококачественные навыки практически не вызывают ни у кого лишних вопросов или сомнений, а каков же оказывается результат, когда сотрудник демонстрирует недостаточно профессиональную компетенцию?

В первую очередь должностное лицо обязано тщательно проверять данные, взятые для собственных репортажей, публикаций и статей, дабы не вводить в заблуждение своих зрителей и читателей. В противном случае неверная информация вызывает множество проблем, последствия могут обходиться крайне дорого. В Германии компания-владелец социальной сети может быть оштрафована на сумму вплоть до пятидесяти миллионов евро, если не удалит умышленно незаконный материал [2]. Современные платформы довольно популярны, вследствие чего моментально создают цепную реакцию. Распространение ложной информации также стараются пресечь в Филиппинах, там рассматривают проект, в котором нарушителю должен грозить либо крупный денежный штраф от двух тысяч до пяти миллионов долларов США, либо серьезный тюремный срок за содеянное от одного года до пяти лет [2]. Но даже стопроцентно правдивые факты ещё не гарантируют полное отсутствие проблем. Иногда может приключиться весьма неудобный казус.

Помимо реальных фактов сотруднику следует внимательно следить за написанием текста, чтобы не искажать основной посыл контента. Некоторые журналисты преднамеренно стараются приукрасить свою работу, не замечая при этом, как вводят людей в заблуждение. Рассмотрим несколько нагляд-

ных иллюстраций в сфере отечественного образования, как некоторые люди не задумываются и делают поспешные выводы. Например, в Министерстве Просвещения обсуждался вопрос о необходимости увеличения длительности школьных занятий на пять минут. В 2019 году ряд представителей СМИ стал распространять недостоверную информацию, предполагая, что уже с 1 сентября текущего года будут введены изменения. Данные новости вызвали бурную реакцию, в частности у родителей. Но позже всё прояснилось, когда министерство просвещения вмешалось и сообщило, что длительность уроков останется неизменной [1]. Единому государственному экзамену уделяют очень много внимания, пристально наблюдают за результатами. В 2017 году в Московской области вышло постановление от правительства, обещающее учителям, хорошо подготовивших своих учеников, премиальные выплаты за каждого ученика, сдавшего ЕГЭ по предмету педагога на сто баллов. Однако, подобных случаев, подтверждающих действие данного постановления, не было зафиксировано [1]. Компания «Интерфакс»разместила на электронном портале статью, в которой было сказано, что в 2020 году история станет обязательным экзаменом для выпускников 11 класса. Хоть издание и ссылалось на слова главы Минобрнауки Ольги Васильевой, официальных документов, подтверждающих расширение списка обязательных предметов ЕГЭ, не было обнаружено [1].Тем не менее, методы борьбы с фейками давно известны. Но основная речь касается именно представителей СМИ, поскольку именно с них и начинается любой информационный спор или конфликт.

Всё-таки как быть специалисту более грамотным и компетентным в вопросе медийной сферы? Прежде всего хороший журналист безоговорочно обязан обладать блестящими навыками в области лингвистики, чтобы не отпугивать читателя заранее и не резать ему слух. С эмоциями также не стоит перегибать. При редактировании материала следует демонстрировать достаточную эрудированность, дабы заинтересовать аудиторию. Помимо этого, сотрудник должен по нескольку раз сверять источники во избежание фейков. В завершение не-

обходимо максимально точно передать смысл внутри текста, намереваясь избавиться от перехода уже к другим темам.

В заключении нужно сказать, что все проблемы происходят изначально от непрофессионализма. Если человек изначально не предрасположен к данному виду деятельности, если он не обладает достаточной осведомленностью в медийной среде,вряд ли ему помогут дополнительные курсы и образование. Если специалист не справляется со своими обязанностями, ему следует всерьез задуматьсяи принять ответственное решение: либо тщательно заняться устранением собственных ошибок,либо вовсе отказаться от работы в информационной сфере.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Не верить! Мифы и фейки о российском образовании: [Электронный ресурс]. – URL: https://vogazeta.ru (дата обращения 10.09.2022).

2. Fake news: мировая проблема и пути ее решения: [Электронный ресурс]: URL: https://legalacademy.ru (дата обращения: 12.09.2022).

3. Прикрытая фактами ложь: как отличить фейк от истины [Электронный ресурс]: URL: https://trends.rbc.ru (дата обращения: 12.09.2022).

Зулькарнаева В.Т.
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

НЕОБХОДИМОСТЬ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Данное исследование посвящено вопросу потребности развития медийно-информационной грамотности школьников в изучении иностранных языков. В статье рассматривается процесс внедрения компьютерных технологий в образование. Кроме того, данное исследование включает в себя поиск и анализ аспектов, в которых наи-

более необходима компьютерная грамотность во время обучения иностранным языкам.

Ключевые слова: медийно-информационная грамотность, образование, изучение иностранных языков.

THE NECESSITY FOR MEDIA AND INFORMATION LITERACY OF SCHOOLCHILDREN TO LEARN A FOREIGN LANGUAGE

V.T. Zulkarnaeva
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

This research is devoted to the issue of the need for the development of media and information literacy of schoolchildren in learning foreign languages. The article considers the process of integration computer technologies into education. In addition, this research includes the search and analysis of aspects in which computer literacy is most needed during the learning of foreign languages.

Keywords: media and information literacy, education, learning foreign languages.

Современное общество – общество знаний и информации, которое дает возможность человеку познавать мир разными способами, в том числе и с помощью медиа. Простые в использовании интернет-сервисы позволяют легкосоздавать новую информацию и знания, распространять их по разнообразным каналам.

Актуальность работы заключается в том, что в современном мире невозможно представить обучение без использования медиа-информационных технологий. Для того, чтобы уметь ими пользоваться, человек должен обладать определенными навыками и новыми видами компетенций, например, компетенция в умении организовать учебный процесс и умении разработки программ, методических и дидактических материалов с помощью компьютерных технологий.

Целью работы стало выявление необходимости в обучении медийно-информационной грамотности школьников и нахождение практической значимости этого показателя социально-культурного развития человека при изучении иностранного языка.

В соответствии с целью исследования были определены задачи: изучить понятие «медийно-цифровая грамотность», выявить необходима ли она школьникам иобнаружить практическую ценность этого навыка в процессе изучения иностранного языка разными способами.

Объектом исследования в работе стала медийно-информационная грамотность. Предметом исследования – методические особенности взаимосвязи обучения иностранным языкам и медийно-информационной грамотности школьников.

В последнее время все чаще стал использоваться термин «медийно-информационная грамотность». По словарю Т.Ф.Ефремовой грамотность – это, во-первых, умение писать и читать, во-вторых, отсутствие стилистических и грамматических ошибок, соответствие нормам литературного языка, в-третьих, владение необходимыми сведениями, знаниями в какой-либо области, просвещенность, образованность [1]. Под термином «медийно-информационная грамотность» понимается совокупность навыков человека искать и критически оценивать информацию, умение использовать ее в соответствии с этическими и правовыми нормами, компьютерная и Интернет грамотность [2].

Развивать медийно-информационную грамотность необходимо, без нее ни один учащийся не сможет получать образование с помощью современных технологий, даже если преподаватель будет компетентен. Во-первых, стоит отметь важность умений анализировать большое количество информации для последующего изучения и запоминания. Во-вторых, акцентируя внимание именно на знание компьютерных технологий, стоит отметить умение пользоваться основными функциями современных носителей, например, MicrosoftOffice. В-третьих, стоит отметить интернет-грамотность, так как современные учащиеся часто ищут информацию не в традиционных учебных материалах, а в интернете, и зачастую делают это безграмотно, пользуясь непроверенными источниками. Таким образом, знание компьютерных технологий и медийно-информационная грамотность – одни из важных показателей социально-культурного развития школьников в нынешнем образовании.

Н.Д. Гальскова и Н.И. Гез в своих трудах отмечали, что в современной России есть несколько важных обстоятельств, свидетельствующих в пользу востребованности иностранных языков: 1) межгосударственная интеграция в сфере образования; 2) глобализация интеграционных общественных процессов; 3) доступ к опыту и знаниям в мире, к большому информационному богатству и к качественному образованию в стране и за рубежом. Таким образом, знание иностранных языков, как имедийно-информационная грамотность, выступает в качестве важного показателя современного образования [3].

С.В.Титова в монографии «Цифровые технологии в языковом обучении: теория и практика» описывает процесс внедрения компьютерных технологий в образование. Первый период в развитии обучения с поддержкой компьютерных технологий начался в конце 50-х гг. и продолжался несколько десятилетий XX века. Компьютерные упражнения тренировали навыки обучающихся (грамматика, письмо) путем повторения. В конце 70-х – начале 80-х гг. подход, основанный набихевиористской теории образования, потерял свою популярность. Появление персональных компьютеров открыло новые возможности, что стало началом обучения на коммуникативной теории. В 1990-е годы произошел скачок в развитии компьютерных технологий, связанный с появлением Интернета, изобретением мультимедийных и гипертекстовых технологий. Появилась необходимость другого варианта изучения иностранных языков с помощью технического прогресса. Социально-интерактивный период в обучении основывается на влиянии технологий, условно называемых Веб 2.0 или Интернетом второго поколения. Феномен этой социально-технологической концепции изучали Е.Д. Патаракин, Дж. Уэст, Е.Н.Ястребцева, С. Босс, Т. Берроуз, Дж. Брауни многие другие [4].

В современном мире образование уже не может функционировать безкомпьютерных технологий. Когда речь заходит об изучении иностранного языка с помощью компьютеров, стоит отметить формирование фонетических навыков: надо уметь не только произносить соответствующие звуки, но и знать, как они соединяются в предложении. Е.Н. Соловова от-

мечала, что произносительные навыки делятся на две группы: ритмико-интонационные и слухо-произносительные. Один из подходов развития данных навыков акустический, то есть усвоение звуков идет не изолированно, а в речевом потоке, для этого процент аудирования на занятиях должен быть высоким [5]. Для удобства воспроизведения аудиоматериалов используются как раз такие современные технологии, как Интернет, программы, и средства: колонки, CD и многое другое. В последнее время уделяется большое внимание проблеме включения аутентичных интернет-ресурсов (АИР) в дидактический процесс по иностранному языку, поскольку текстовые задания в учебниках часто не несут актуальной информации, необходимой студенту в современном мире, и лишены мотивирующего эффекта[4]. Поэтому стоит отметить, что для улучшения восприятия устной речи носителя языка, могут быть использованы отрывки из недавно вышедших мультфильмов, кино и сериалов на изучаемом языке. Но так как, подобный подход в чистом виде для образовательной школы не идеален, он не используется, и школьники редко самостоятельно уделяют этому время. Возможно, их медийно-информационная грамотность не так развита, как могла бы. Иначе они могли бы без помощи преподавателя находить материалы для прослушивания и развивать свои произносительные навыки.

В качестве эмпирического метода исследования было выбрано анкетирование школьников с целями: 1) получить исходные знания обучающихся о медийно-информационная грамотности; 2) узнать отношение школьников к медийно-информационная грамотности; 3) определить потребностьмедийно-информационной грамотности по опыту школьников, обучающихсябез обладания данным навыком. Анкета содержала 10 вопросов двух типов: 1) вопросов с одним вариантом ответа; 2) вопросов с множественным выбором. Результаты онлайн-анкетирования выявили следующее: 94,5% респондентов считают, что обучениемедийно-информационная грамотности необходима в сфере образования. Мнения об оценке собственной грамотности студентов разделились (рис.1). 83,1% опрошенных хотели бы узнать больше о медийно-ин-

формационная грамотности. 84% респондентов считают, что есть связь между изучением иностранного языка и медийно-информационная грамотностью.

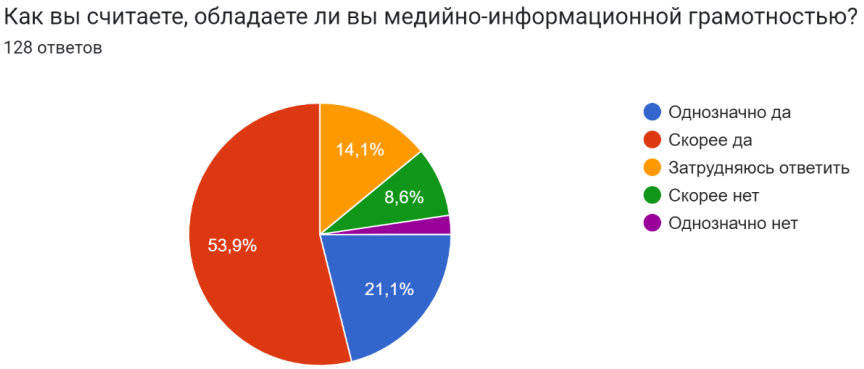


Рис. 1. Результаты анкетирования студентов

Рис. 2. Результаты анкетирования студентов

Во время анкетирования респонденты также дали ответы на вопросы с множественным выбором касательно опыта обучения иностранным языкам с помощью компьютерных технологий. Так, по мнению студентов, компьютерная грамотность преимущественно нужна для использования интернет-ресурсов для прослушивания и просмотра аудио и видео материалов, которые демонстрируют применение языка в его естествен-

ной среде (70,5%). Другие студенты же посчитали, что МИГ нужна для перевода иностранной лексики с помощью проверенных онлайн-переводчиков (Cambridge dictionary) (60,7%) и использование проверенных интернет-ресурсов для изучения иностранного языка (учебники, упражнения) (46,7%). Хочется подчеркнуть, что это, субъективные мнения, которые лишь косвенно могут давать оценку тому, в каких сферах изучения иностранного языка преимущественно могут использоваться компьютерных технологий.

Можно заключить, что все школьники так или иначе обладают медийно-информационной грамотностью, в частности компьютерной грамотностью. Большая часть респондентов равно высоко оценили необходимость в том, чтобы формат аудирования на английском языке был не только в постановочных диалогах русскоговорящих носителей, но и в формате разбора отрывков из кино, сериалов и мультфильмов на изучаемом языке, и отметили важность прослушивания и разбора речи носителя изучаемого языка во время обучения иностранному языку (рис.2). Результаты анкетирования позволяют нам оценить необходимость развития медийно-информационной грамотности школьников.

Подводя итог всему сказанному, можно сделать вывод, что в настоящее время вопрос о развитии медийно-информационной грамотности весьма актуален. Обладание данным навыком открывает новые возможности для изучения иностранного языка разными способами с помощью технического прогресса. Исходя из проведенного нами анкетирования, мы можем отметить, что обучающиеся заинтересованы в развитии своей компьютерной грамотности, в частности ее применения для изучения иностранного языка и для произносительных навыков с помощью прослушивания и разбора речи носителя, отрывков из кино, сериалов и мультфильмов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка Режим доступа: https://onlinedic.net (дата обращения: 06.10.2022).

2. Московская декларация о медиа- и информационной грамотности (Москва, 28 июня 2012 года). URL: http://www.ifapcom.ru (дата обращения: 06.10.2022).

3. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – 3-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2006.

4. Цифровые технологии в языковом обучении: теория и практика. Digital technologies in language classroom: theory and practice : монография / Титова С.В. Москва : Эдитус, 2017.

5. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс: пособие для студентов пед. вузов и учителей / Е.Н. Соловова. 3-е изд. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2010.

Корносенко Е.В.
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ: ОПЫТ МУЗЕЯ

Темпы современной жизни диктуют человеку новые правила. И вот мы все больше говорим о soft skills и развитии медийно-информационной грамотности. Данный процесс требует наличия определенных навыков. Из них одним из самых актуальных является «критическое мышление». В данной статье рассматриваются признаки и свойства этого явления, примеры его развития посредством музейной работы.

Ключевые слова: критическое мышление, soft skills, музей и посетитель, педагогика.

FORMATION OF CRITICAL THINKING: THE MUSEUM EXPERIENCE

Kornosenko E.V.
Saint-Petersburg State University

The pace of modern life dictates new rules to man. And now we are talking more and more about soft skills and the development of media and information literacy. This process requires certain skills. Of these,

one of the most relevant is “critical thinking”. This article discusses the signs and properties of this phenomenon, examples of its development through museum work.

Keywords: critical thinking, soft skills, museum and visitor, pedagogy.

На сегодняшний день мы постоянно находимся в информационном потоке, в котором легко потеряться или стать жертвой манипуляций. Критическое мышление предполагает развитие определенных навыков, которые позволяют преодолевать стереотипы, находить правильные решения в той или иной ситуации. В конечном итоге человек с критическим мышлением рационально мыслит, он способен подходить взвешенно к анализу и потреблению информации.

В XX в. о необходимости развивать мышление писали психологи, педагоги и социологи (М.М. Бахтин, Л.С. Выготский, С.И. Векслер, Дж. Гилфорд, Д. Дьюи, А.Н. Леонтьев, Д. Рассел, и др.), определяя его как отдельное свойство личности, как личностно и социально значимый феномен, приоритетный в области образования [5]. Таким образом, ещё с прошлого века велись активные обсуждения и исследования, касаемые развития гибких навыков.

Важной вехой в этих исследованиях стала вышедшаяв 1997 г. книга Дайаны Халперн «Critical Thinking Across the Curriculum» (Критическое мышление) [6]. А также работы различных авторов, работавших в этой области, включая Ричарда Пола, Линду Элдер, Джералда Носича [2].

Развитие «критического мышления» подразумевает выход за привычные рамки подачи информации, не «классический» процесс обучения, отлаженный настолько, что он протекает зачастую сам собой, а активное управление этим процессом. Институтом, который может предложить такой подход как раз и является музей. Не секрет, что сегодня уже младший школьник не представляет свою жизнь без интенсивного визуального и информационного потока, к которому он привык чуть ли не с рождения. В такой ситуации достаточно тяжело «вырвать» его из-под этой информационной лавины, которая накрывает

его с головой. Аналогично ситуация обстоит и со старшими школьниками, да и со студентами. Но на помощь приходят современные музейные практики. Новые методики работы(тут и современные технологии, и арт-медиации, и инклюзия) позволяют посетителю проявить свою активность, реализовать потребность в физическом движении (потрогать, повертеть в руках), усиливают интерес, позволяют представить абстрактные понятия [3].

В этом плане очень важны свойства «критического мышления», которые выделяет Д. Клустер в своей знаменитой работе «Что такое критическое мышление?»:

«1) Критическое мышление есть мышление самостоятельное;

2) Информация является отправным, а отнюдь не конечным пунктом критического мышления;

3) Критическое мышление начинается с постановки вопросов и уяснения проблем, которые нужно решить;

4) Критическое мышление стремится к убедительной аргументации;

5) Критическое мышление есть мышление социальное» [5]. Эти свойства очень важны для нас, ведь именно их последовательное уяснение делает процесс развития «критического мышления» наиболее продуктивным.

В современной музейной работе мы можем увидеть, как все эти свойства находят своё место. Кураторами создаются выставки, которые поднимают значимые вопросы, позволяют формулировать собственные идеи и оценки, становятся отправной точкой для дальнейших дискуссий. Более того, теория «критического мышления» говорит о том, что для порождения независимой мысли, человеку нужно переработать гору «сырья» – фактов, идей, текстов,концепций. Именно такой культурный опыт могут получить дети, молодые люди и старшее поколение через активное участие в жизни музейных институций.

Рассмотрим и несколько примеров. Особого внимания заслуживает масштабный выставочный проект 2019 года «Грядущий мир: экология как новая политика. 2030–2100» в музее

«Гараж» [1]. Проект был обращен к будущему (причем совсем близкому), которое ещё формируется и в котором экологическая повестка является одним из ключевых политических вопросов. На выставке посетители могли увидеть скульптуры из корней, объекты из травы, портрет из смога и инсталляцию из паутины. При помощи совершенно разных символов и способов авторы старались показать, как менялось отношение человека к природе начиная с XVI века и до наших дней. В своей повседневной жизни посетители нечасто задумывались о их собственном влиянии на планету, о переработке, о истории «сожительства» человека и планеты (от благоговения до варварского разрушительства). В чем-то схожий проект «NEW NATURE. ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА RECYCLE GROUP» был организован Манежем в 2021 году [7]. Авторы анализировали трансформацию личности под влиянием современных технологий, обращались к возможности вечной жизни внутри сети. В этом пространстве особую роль начинал играть коэффициент вовлеченности, количество просмотров и лайков, а виртуальное опережало реальное. Но что важно, авторы не пытались навязать посетителю какое-то личное мнение, наоборот, они приглашали его к диалогу. Именно такие проекты позволяют критически взглянуть на действительность, на собственную жизнь. Усиливающую роль в музейных проектах играют современные технологии и практики в работе с посетителем. На выставке «NEWNATURE» посыл был усилен интерактивными скульптурами и динамическими инсталляциями, которые превращали зрителей в участников виртуального и технологического перформанса. Отдельно музеем проводилась просветительская программа, поднимавшая темы постинтернет искусства, расширения возможностей нашего мозга, глобальных изменения окружающей среды и климата.

На примере этих двух музейных проектов мы можем увидеть, как музей на практике реализует свои социальные и образовательные функции, выступая модератором общественного диалога. Ну и конечно, диалога личного с самим собой. Через реализацию таких проектов, программы медиаций, экскурсий и образовательные встречи музей выступает институ-

том формирования softskills в современном мире. Через свою деятельность музей обогащает образный и визуальный набор символов у посетителя, продвигая медийно-информационную грамотность. Другими словами, давая человеку возможность «считывать» визуальный текст на уровне логических связей и критической оценки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Выставка «Грядущий мир: экология как новая политика. 2030-2100»ю URL: https://garagemca.org/ru/exhibition/the-coming-world-ecology-as-the-new-politics-2030-2100(дата обращения: 07.10.2022).

2. Ивунина Е.Е. О различных подходах к понятию «критическое мышление» // Молодой ученый. 2009. № 11.

3. Кирпичник А. Г. О психологии и педагогике социального воспитания А. Н. Лутошкина // Вестник Костромского государственного университета имени Н. А. Некрасова: Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2010. № 2.

4. Клустер Д. Что такое критическое мышление? // Перемена: Международный журнал о развитии мышления через чтение и письмо. 2001. Т. 4. №. 36.

5. Туласынова Н.Ю. Развитие критического мышления студентов в процессе обучения иностранному языку. Автореферат дисс. ... к.пед.н. – Якутск: Изд-воЯГУ, 2010.

6. Halpern D. F. Critical thinking across the curriculum: A brief edition of thought & knowledge. Routledge, 2014.

7. New Nature. Персональная выставка Recycle Group. URL: https://manege.spb.ru/events/new-nature/(дата обращения: 07.10.2022).

Макарова С.С.
Южно-Уральский государственный колледж,
г. Челябинск

DEEPFAKES: ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

В статье рассматриваются технологии создания фейковых новостей с помощью возможностей искусственного интеллекта. Автор приводит примеры использования генеративно-соревновательных нейросетей (GAN) для генерации правоподобного фейкового контента. Кроме того, описаны технические аспекты противодействия появлению и распространению искусственно созданных медиаматериалов.

Ключевые слова: фейковые новости, дипфейк, искусственный интеллект, генеративно-состязательные нейросети.

DEEPFAKES: THE TECHNOLOGIES OF CREATION AND COUNTERACTION

Makarova S.S.
South-Ural State College

The article describes the technologies of fake news creation by means of artificial intelligence. The author gives the examples of the applications of Generative Adversarial Networks (GAN) for fake content generation. Moreover the technical aspects of counteraction for generation and distribution of the artificially created mediamaterials are discussed.

Keywords: fake news, deepfake, artificial intelligence, Generative Adversarial Networks (GAN).

В настоящее время, в связи с развитием информационного общества, возникает угроза воздействия на сознание людей через разнообразные каналы коммуникации. Ежедневно пользователи сети Интернет и мессенджеров получают доступ к огромному количеству как достоверной, так и ложной информации. При этом качество сфальсифицированных материалов может быть настолько высоким, что можно ввести в заблуждение огромное количество людей.

По данным аналитической компании Data Reportal на конец июля 2022 года в мире насчитывалось более 5 млрд пользователей сети Интернет, из них активных пользователей социальных медиа - 4,7 млрд. [1], при этом в России по данным той же организации на начало года – 129,8 млн. пользователей Интернет, что составляет 89% от общей численности населения и на 4,7% больше показателя 2021 года [2]. Поэтому, в связи с бурным развитием информационных технологий, особенно актуальны вопросы борьбы с источниками недостоверной информации и развития навыков медийной и информационной грамотности населения. По данным исследования, проведенного специалистами Массачусетского технологического института в 2018 году, вероятность репоста фейковой новости по сравнению с информацией из достоверного источника оказалась на 70% выше. При этом распространению способствуют, в первую очередь, не боты, а люди, желающие повысить свою популярность, выкладывая провокационный, способный вызвать бурную реакцию других пользователь контент [3]. Наибольшую опасность представляет распространение технологии deepfake, основанной на применении искусственного интеллекта для создания реалистичного фото, аудио и видеоконтента.

Название технологии deepfake происходит от сочетания слов «глубокое обучение» (Deep learning) и «подделка» (fake) [4, с. 380]. В большинстве случаев для создания реалистичных подделок применяют генеративно-состязательные нейросети (GAN). В этом случае генеративная нейронная сеть создает образцы, а дискриминативная отвечает за поиск различий между ними и настоящими образцами.

Сначала дискриминативная нейронная сеть получает на вход файлы, например, изображения или видео человека с разных ракурсов и разным выражением лица. Анализируя входные данные, алгоритм сети «обучается» распознавать подлинные и поддельные образцы, происходит настройка сети. Результаты подаются на вход генеративной сети, которая пытается соединить элементы изображений так, чтобы дискриминативная нейронная сеть не смогла отличить под-

линные образцы от поддельных. Таким образом, в результате совместного конкурентного обучения происходит настройка обеих нейронных сетей, и созданные генеративной сетью изображения выглядят почти как подлинные. Возможности генеративно-состязательных нейросетей можно использовать не только для работы с изображениями и видео, но и для копирования голоса. Позволяющие это делать методики называются технологией клонирования голоса (англ. voice changing, voice cloning) [5].

Одними из первых применение технологии GAN продемонстрировали сотрудники исследовательского центра NVIDIA. В декабре 2017 года на сайте организации была опубликована статья, описывающая трансформацию исходных зимних пейзажей в летние. Реалистичность полученных изображений была столь велика, что даже экспертам было сложно выявить подделку. Спустя неделю, пользователь сайта Reddit под ником Deepfakes опубликовал ролик порнографического характера, который он создал основываясь на идеях и алгоритмах NVIDIA при помощи программного обеспечения, находившегося в свободном доступе, и изображений лица актрисы Галь Гадот, обнаруженных им в сети Интернет [3]. Вскоре, подобные видео стали распространенным инструментом травли публичных людей в Сети [4, с. 381].

Летом 2018 года в Сети появилось видео-обращение экс-президента США Барака Обамы, в котором он оскорбляет действующего президента Трампа. Авторами скандального видео стали режиссер Джордан Пил и новостная компания BuzzFeed. При создании ролика использовались бесплатное приложение FaceApp и графический редактор Adobe After Effects. По словам Пила, видео создавалось для того, чтобы показать, как легко, при желании можно ввести в заблуждение широкую аудиторию, пользуясь инструментами, доступными даже для людей без специальных знаний [3].

Ниже приводятся примеры программ и инструментов, применяемых в рамках рассматриваемой технологии.

1. DeepFaceLab – бесплатное программное обеспечение с открытым исходным кодом, позволяющее заменять лица в

видео. С его помощью в 2020 году создавалось до 95% видеофейков.

Doublicat – мобильное приложение, позволяющее заменять лица на фотографиях, выпущенное в конце 2019 года. Спустя полгода, когда разработчикам удалось добавить в приложение функцию замены лица на видео, оно было переименовано в Reface.

Китайское мобильное приложение Zao дает возможность накладывать свое лицо и менять голос актера на видео.

Система Neural Voice Puppetry, используя аудио-файл и фотографию, анализирует особенности произношения спикера и строит трехмерную модель лица, а затем – формирует видеозапись.

Avatarify Work – бесплатный фильтр, позволяющий запоминать уникальную мимику пользователя и накладывать ее на фотографию другого человека во время звонков по видео-связи.

Neural Rendering – алгоритм, позволяющий редактировать речь на видео, разработанный совместно специалистами трех университетов - Стэнфорда, Макса Планка и Принстона. По этическим соображениям, разработчики не стали публиковать код сети.

VeraVoice – сервис, позволяющий синтезировать речь знаменитостей на русском языке [5].

Таким образом, в руках широкого круга пользователей оказываются технологии, способные создать видео-, фото- и аудио-материалы, которые будут восприниматься большинством людей как правдоподобные. А бурное развитие телекоммуникационных технологий создаёт возможность для быстрого распространения такого контента. Особенную опасность такие изображения, видео и аудио-записи представляют для молодой аудитории – активных пользователей социальных сетей, не обладающих большим жизненным опытом и достаточно развитым критическим мышлением.

Решать данную проблему необходимо комплексно. Поэтому в настоящее время правительства многих стран разрабатывают законодательные акты, призванные регулировать поведение пользователей в медиапространстве. Так, например,

30 декабря 2020 года в Российской Федерации был принят Федеральный закон № 530-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», прописывающий права и обязанности пользователей и владельцев социальных сетей [6]. Однако в борьбе с фейками необходимо задействовать не только правовые, но и технические инструменты, в том числе, системы распознавания искусственно созданных материалов. Кроме того, можно использовать различные методы защиты аутентичности файлов. Например, в видео поток при помощи шифровальных алгоритмов можно встраивать хеши, которые будут изменяться при изменении видео. Еще одним способом защиты информации от использования злоумышленниками является использование программы, вставляющей в видео контент специальные цифровые артефакты, маскирующие группы пикселей, по которым смогут ориентироваться программы распознавания лиц, что позволит снизить вероятность использования видео при создании подделок. Разработчики компания Photoshop предлагают маркировать измененные при помощи фото редактора изображения. По их мнению, это позволит повысить эффективность систем распознавания фейковых фото, использующихся на некоторых социальных платформах [5]

Обсуждая перспективы развития технологии deepfake, стоит помнить, что технологии распознавания подделок и защиты аутентичности контента так же не стоят на месте. Между тем, важно отметить, что популярными тот или иной ролик или новость делают именно люди, поэтому так необходимо уделять внимание развитию грамотности пользователей. В том числе, нужно разъяснять, правила безопасности в сети Интернет, принципы создания и разоблачения фейков, учить ориентироваться во всем многообразии источников информации, проявлять критический подход к сообщениям в различных медиаисточниках. Ведь только осведомленность способна сделать общество устойчивым к той угрозе, которую несет в себе многообразие недостоверной, но выглядящей правдоподобно информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Отчет организации DataReportal за июль 2022 года.: [Электронный ресурс] // URL: https://datareportal.com (дата обращения 5.10.2022)

2. Отчет организации DataReportal по Российской Федерации.: [Электронный ресурс] // URL: https://datareportal.com (дата обращения 5.10.2022)

3. Мун, Д.В. «From fake to deepfake»: угрозы и риски развития и распространения технологий искажения реальности в глобальном информационном пространстве / Д.В. Мун, В.В. Попета // Культура: теория и практика. 2020. № 1(34).

4. Иванов, В. Г. Deepfakes: перспективы применения в политике и угрозы для личности и национальной безопасности / В. Г. Иванов, Я. Р. Игнатовский // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2020. Т. 7. № 4. С. 379-386.

5. Корешкова Т. Обзор технологий создания Deepfake и методов его выявления // Официальный сайт Научно-технического центра ФГУП «ГРЧЦ» // URL: https://rdc.grfc.ru/2020/06/research-deepfake/ (дата обращения 5.10.2022).

6. Федеральный закон от 30.12.2020 № 530-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // URL: http://pravo.gov.ru (дата обращения 5.10.2022).

Некрасов П.Б.
Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург

СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА С ДЕТЬМИ-СИРОТАМИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье рассматривается опыт социального сопровождения детей-сирот посредством современных коммуникационных средств в эпоху распространения новой коронавирусной инфекции.

Ключевые слова: дети-сироты, социальная работа с лицами, оставшимися без попечения родителей, центры содействия семейного воспитания.

SOCIAL WORK WITH ORPHANS ON THE INTERNET

Nekrasov P.B.
Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen

The article discusses the experience of social support for orphans through modern communication tools in the era of the spread of a new coronovirus infection.

Keywords: orphans, social work with persons left without parental care, centers for the promotion of family education.

В начале 2020 года весь мир затронула новая проблема – распространение болезни, лекарства и вакцинации от которой не существовало на момент заражения. Весь мир, в том числе и граждане России были вынуждены отправиться на удаленную работу и избегать посещения общественных мест, где можно было бы подхватить инфекцию воздушно-капельным путем. Данные ограничения стали распространяться на все учреждения, в том числе образовательные и воспитательные, включая центры содействия семейного воспитания, в которых проживают дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей.

Сама по себе проблема самоизоляции всколыхнула весь мир, так как человек биосоциальное существо и не может жить вне общества, что уж говорить о воспитанниках центров содействия семейного воспитания, которые испытывают трудности после выпуска из сиротского учреждения. Так исследователи проблемы сиротства Н. С. Данакин, Е. П. Батанова выделяют шесть групп актуальных проблем жизнеустройства детей-сирот: проблемы профессионально-трудового самоопределения, социально-бытовые проблемы, социально-правовые проблемы, социально-воспитательные проблемы, социально-психологические проблемы, социально-управленческие проблемы [1]. Н.В. Присяжная отмечает: социализация и последующая адаптация в обществе» отмечает, что «проблемы социализации адаптации выпускников коррекционных интернатов обуславливаются ростом количества социальных проблем, связанных с неадаптивным поведением выпускников коррекционных интернатных учреждений. Длительное проживание

винтернатом учреждении и специфика первичной социализации детей-сирот,безусловно, затрудняет формирование у них необходимых для эффективного функционирования в социуме навыков и требует социально-педагогических программ по подготовке к самостоятельной жизни в обществе [5].

У таких людей, к сожалению, неразвит социальный интеллект, что приводит их к незнанию и непониманию законов и правил человеческого общежития. Такие дети с одинаковой легкостью могут быть как жертвами, так и участниками преступлений. Детям-сиротам после выпуска из учреждения необходимо пройти процесс социальной адаптации, сформировать позитивное отношение к окружающим, в том числе толерантное отношение как к окружающим людям, так и к самим себе, а также обрести способность принимать решения и нести за них ответственность, научиться вести хозяйство, планировать бюджет, подготовиться к созданию семьи и воспитанию детей [5].

Все вышеуказанное говорит о том, что с воспитанниками сиротских учреждений необходима психолого-педагогическая и коррекционная работа, для того чтобы они смогли успешно социализироваться после выпуска из сиротского учреждения. В эпоху самоизоляции проблема социального сопровождения воспитанников сиротских учреждений встала довольно остро, так как был ограничен доступ в сиротские учреждения: к детям не могли прийти ни родственники, ни добровольцы, которые часто играют значительную роль в социализации детей-сирот. Поэтому встал вопрос альтернативных форм общения с воспитанниками сиротских учреждений, поскольку даже письменная продукция была длительное время под запретом, в связи, с чем единственными источниками связи с большим миром в сиротской среде стали телефоны и сеть Интернет.

Успешными практиками общения с воспитанниками сиротских учреждений посредством коммуникационных технологий XXI века стали проект: «Лига Выпускников», разработанный выпускниками и добровольцами Санкт-Петербургского центра содействия семейного воспитания № 15, позже к которому подключилось еще несколько сиротских учреждений Санкт-

Петербурга [4с.68]. Сам по себе проект состоял из серии видео встреч, которые передавались старшим воспитателям центров содействия семейного воспитания и после одобрения со стороны администрации центров транслировалась как в группах воспитанников, так и социальных сетях. В данном формате видео встреч выпускники и добровольцы центра содействия семейного воспитания вели два блока: просветительский и информационный. При этом информационный блок вели исключительно выпускники сиротских учреждений, которые через призму своего опыта делились воспоминаниями о своей адаптации к социуму, после выпуска из сиротского учреждения, что является немаловажным, когда человек прошедший опыт сиротства готов транслировать его тем ребятам, которые оказались в сиротском учреждении, и давать поддержку детям в условиях самоизоляции [3].

Другим значимым проектом, существовавшим в эпоху пандемии, стал проект добровольческого движения «Даниловцы» [2] по словам Оксаны Могильченко *«во время самоизоляции они (волонтеры) не оставляли детей и придумывали для них интересные онлайн-активности. Это были веселые конкурсы, где нужно было угадывать мелодии, популярные мультфильмы и известных актеров. Волонтеры проводили танцевальные мастер-классы и просто дарили радость искреннего общения* [2]. так же здесь стоит отметить, что «Даниловцы» стараются не терять контакт со своими подопечными и после выпуска из «Сколковского», продолжают поддерживать их и во взрослой жизни, что особенно важно для детей, которые выпускаются из детского дома сразу после снятия карантинных ограничений и которые испытывают трудности в адаптации так как помимо традиционных проблем социализации добавилась проблема ограничительных мер в связи с распространением новой коронавирусной инфекцией

В современных быстроизменяющихся условиях современные средства связи: Интернет, мессенджеры, мобильные телефоны могут служить дополнительным источником воспитания и подготовки к социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, так на различных плат-

формах можно организовать обучающие курсы для воспитанников сиротских учреждений, в мессенджерах можно анонимно консультировать выпускников и воспитанников сиротских учреждениях по острым вопросам[4с.70], на онлайн платформах можно проводить различные игры. При этом стоить отметить, что современные средства связи не могут заменить современные воспитательные процессы и образовательные технологии, но могут служить дополнительными источниками со -воспитания и социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Так как с помощью таких инструментов современного мира воспитанников можно подготовить к самостоятельной жизни и успешной социализации. И таким образом снизить рискдезадаптированности к социуму после выпуска из сиротского учреждения. Современные средства связи могут и должны являться инструментами коммуникации с воспитанниками сиротских учреждений, но только в условиях строгой самоизоляции, так как не один гаджет, ни один мессенджер ни один канал не сможет заменить человеческого общения в обычный период, но может помочь в период самоизоляции из-за распространения вирусной инфекции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Данакин, Н. С., Батанова Е. П. Проблемы профессионально-трудового самоопределения детей–сирот // Содействие профессиональному становлению личности трудоустройству молодых специалистов в современных условиях. 2017.

2. Как волонтеры из добровольческого движения «Даниловцы» помогли в пандемию 150 московским детям-сиротам. URL: https://dszn.ru (дата обращения 25.05.2022).

3. Кислица А.С. Обеспечение успешной социализации детей сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. URL: https://cyberleninka.ru (дата обращения 11.03.2022).

4. Некрасов П.Б. Коммуникации общения с воспитанниками сиротских учреждений в эпоху пандемии // Образование в изменяющемся обществе: Новый взгляд на теорию и практику (Девятые Лозинские чтения). - Псков: Псковский государственный университет, 2021.

5. Присяжная Н.В. Сироты в коррекционных учреждениях: социализация и последующая адаптация в обществе: автореф. дис. на соиск, учен.степ. канд. социол. наук: специальность. М., 2008.

Поддячая Е.А.
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск

ФОРМИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК ЧАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕНЫХ В ИНТЕРНЕТЕ

В статье рассматривается виртуальный социальный капитал как фактор, который закладывает основу для потенциального научного сотрудничества и объясняет негласные нормы поведения ученых, практики распределения ресурсов внутри академического сообщества. По данным исследований активности и численности аудиторного состава академического Интернета ученые слабо реализуют потенциал информационно-коммуникационных платформ для формирования виртуального социального капитала.

Ключевые слова: социальный капитал, Интернет, ученые, коммуникация.

VIRTUAL SOCIAL CAPITAL FORMATION AS A PART OF PROFESSIONAL ACTIVITIES OF YOUNG SCIENTISTS ON THE INTERNET

Poddyachaya E.A.
Novosibirsk State University of Economics and Management

Virtual social capital is considered in this article as a factor that lays the foundation for potential scientific cooperation and explains the unspoken norms of behavior of scientists, the practice of distributing resources within the academic community. According to studies of the activity and size of the academic Internet audience, scientists poorly implement the potential of the Internet to form virtual social capital.

Keywords: social capital, Internet, scientists, communication.

Благодаря Интернету происходят сложные системные изменения в разных сферах, в том числе науке. Процесс трансформации коммуникативных практик ученых далёк от завершения, потому что меняется ландшафт интернет-платформ, пользовательские предпочтения, законодательство и набор необходимых компетенций. Данные трансформационные процессы, обусловленные развитием интернет-технологий, носят противоречивый характер для академической среды. С одной стороны, наблюдается усиление роли информации в социальных процессах, сокращение числа связей между всеми участниками информационных взаимодействий и повышение интенсивности и многоформатности взаимодействий. С другой стороны, подобные трансформации приводят к усилению информационного неравенства, нарастанию кризиса доверия в академической среде.

В литературе все чаще поднимается вопрос о значении для этих противоречивых процессов такого явления как виртуальный социальный капитал. Виртуальный социальный капита – это совокупность реальных или потенциальных ресурсов, заложенных в сети отношений, которые формируются и/или поддерживаются индивидами на социо-технических интернет-платформах (сайтах социальных сетей, мессенджерах). Виртуальный социальный капитал связан с «реальным» или офлайн социальным капиталом и является по отношению к нему медиатизированный [3], дополненный [1], многомерный [8] и более зависимый от информации. Он влияет на все аспекты деятельности ученых в Интернете и за его пределами (обучение, производство знаний, продвижение в профессиональной среде) в зависимости от размера, способов формирования и использования выгод от обладания. Виртуальный социальный капитал влияет на производительность, заметность ученых в профессиональных кругах, а также способствует получению доступа к информации, технологиям, объектам и навыкам на индивидуальном уровне. Перспективность изучения темы виртуального социального капитала связана с тем, что он может выступать инструментом управления (диагностики, оптимизации, планирования)

как в интересах отдельного ученого, так и научной организации или государства.

Изучение виртуального социального капитала ученых концентрируется на различных аспектах. Во-первых, в современных исследованиях изучают устройство академического сообщества в Интернете, а именно его полноту «оцифровки». Интернет-сообщество ученых значительно уступает офлайн-сообществу по численности. Исследование академической интернет-аудитории, показало, что 43% опрошенных сотрудников ведущих университетов и исследовательских институтов Российской Федерации не зарегистрированы на сайтах академических социальных сетей. А 35% из тех, кто зарегистрирован, практически ничего там не делают [2]. Статистика по самому популярному в мире сайту академической социальной сети ResearchGate показывает, что среди российской аудитории преобладает сегмент «мертвых душ» (88%). Доля тех, кто занимается самопрезентацией, составляет 8%, а активных пользователей – 4%. Такое распределение не является особенностью только российской аудитории, а справедливо как для всей международной академической среды, так и для локализованных вузовских научных сообществ. И хотя намечается динамика к изменению, но отношение к Интернету как инструменту связи, а не полноценной социальной среде остается по ряду причин: сохраняется «диктатура» офлайн стандартов профессиональной деятельности, страх негативной оценки со стороны коллег, загруженность офлайн-работой и отсутствие онлайн-метрик в системе оценки научной работы, вторичность онлайн-общения, отсутствие специфической компьютерной грамотности [5].

По данным исследований пока сохраняется дисбаланс аудиторного состава пользователей академического Интернета по возрасту (мало молодых ученых [4]) и научным отраслям (мало представителей технических и естественных наук [6]). Если отраслевые диспропорции постепенно стираются, то факт слабой представленности молодых ученых удивляет. При этом именно молодые ученые обладают и личным опытом непрофессионального использования Интернета, и на всех уров-

нях образования изучали профессиональные инструменты и интернет-сервисы. Это актуализирует значение не просто навыков в области ИКТ, но и информированности, коммуникационных компетенций, «мягких навыков».

Изучение виртуального социального капитала ученых также связано с рассмотрением поведенческого аспекта: что делают ученые в Интернете для формирования виртуального социального капитала. Исследования показали, что на индивидуальном уровне сохраняется дисбаланс в активности ученых на сайтах академических интернет-сервисов. Из тех ученых, кто проявляет хоть какую-то активность, а не является молчаливым наблюдателем, ученые в незначительной степени тратят время на коммуникацию в профессиональном сообществе, а больше практикуют самопрезентацию. Стратегия потребления преобладает в научных интернет-сообществах и на уровне индивидуального поведения: ученые предоставляют мало обратной связи, больше забирают ресурсов, чем предоставляют. Эти паттерны поведения справедливы по отношению к выбору инструментов и обращению с ресурсами самих интернет-платформ, которые по этой причине позиционируют себя как бесплатные репозитории научных публикаций, чем пространства общения и коворкинга.

Формирование виртуального социального капитала ученых невозможно без выполнения действий по формирования социальной сети. Дж. Пикеринг, изучая роль слабых связей в академических сообществах, пришел к выводу, что именно в социальных сетях ученых отношения традиционно поддерживаются слабыми связями [7], поэтому академическое сообщество идеально подходит для использования межличностной интернет-коммуникации с целью установления и поддержания слабых связей, необходимых для развития и благополучия сообщества. В своем поведении ученые чаще оцифровывают офлайн-сети, многократно дублируя их по разным сайтам и сервисам. С одной стороны, это может создавать некую избыточность, а с другой стороны, усиливать связи. При этом очевидно, что, используя Интернет для коммуникации с коллегами из офлайн-среды, ученые не в полной мере применяют возможности Интернета по налаживанию международных

и междисциплинарных связей, что в перспективе могло бы приводить к расширению влияния, повышения известности и производству новых знаний.

Существуют меры по преодолению аудиторного дисбаланса и смещению акцента в поведении при формировании виртуального социального капитала. Прежде всего, это обучение навыкам коммуникации, «мягким навыкам» и способам организации эффективного присутствия ученых в виртуальном пространстве. Кроме этого, важна интеграция показателей виртуального социального капитала в критерии оценки качества работы наравне с офлайн-критериями. Это может быть полезно и для самодиагностики, саморефлексии ученых, и для управления коллективом ученых.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Игнатьев В.И., Кузин С.А. «Дополненное» социальное пространство: сети и структуры «Second Life» // Идеи и идеалы. 2014. № 4 (22).

2. Куприянов В.А., Хватова Т.Ю. Научный капитализм в академических социальных сетях и анализ его влияния на ученых // The Digital Scholar: Philosopher's Lab. 2019. № 4 (2).

3. Ним Е.Г. Развитие социального капитала в условиях медиатизации профессиональных сообществ и связей // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 3.

4. Dushina S.A., Khvatova T.Y., Nikolaenko G.A. Academic internet networks: A platform for scientific exchange or Instagram for scientists? (The case of ResearchGate) // Sotsiologicheskie Issledovaniya. 2018 № 5.

5. Jordan K., Weller M. Academics and social networking sites: benefits, problems and tensions in professional engagement with online networking // Journal of Interactive Media in Education. 2018. № 1 (2018).

6. Nikolaenko G., Malyushkin R., Samokish A. Global distribution of digital scientific communication: case of ASNS ResearchGate // Sociology of science and technology. 2020. Vol. 11. № 3.

7. Pickering J. M., King J. L. Hardwiring weak ties: interorganizational computer-mediated communication, occupational communities, and organizational change // Organization Science. 1995. № 6(4).
8. Vergeer M. Mediated relations: new methods to study online social capital // Asian Journal of Communication. 2011. № 5 (21).

Прохода Е.Г., Изотов А.А.
МАУ ДОГородской Дворец творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии», г. Екатеринбург

ПРОЕКТ «МЕДИАГОРОД»: ЕДИНАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ОТ МЕДИАГРАМОТНОСТИ К МЕДИЙНОМУ МЕНТАЛИТЕТУ

В статье освещен опыт реализации городского образовательно-конкурсного проекта «МедиаГород» в Екатеринбурге. Показаны условия воспитательного пространства и предложена траектория по формированию социально-активного гражданина, способного влиять на медиа информационное пространство города и страны.

Ключевые слова: городской проект «МедиаГород»; медиаобразование; медиаграмотность, медиаобразовательная среда, масс-медиа.

THE PROJECT «MEDIAGOROD»: UNIFIED DEVELOPMENT TERRITORY FROM MEDIA LITERACY TO MEDIA MENTALITY

Prokhoda E.G., Izotov A.A.
The Case of City Cultural Association for Children and Youth Creative Activity «Odaryonnosti Tekhnologi»

Keywords: the project “MediaGorod»; media education; media literacy, media educational environment, mass media.

Медиаинформационная грамотность (медиаграмотность) – новая грамотность XXI века – стала неотъемлемой составляющей образования, основой для формирования и развития

универсальных компетенций будущего школьников. Для решения этих задач в Екатеринбурге с 2018 года реализуется городской образовательно-конкурсный проект «МедиаГород» для школьников и педагогических работников города. Проект поддерживается Департаментом образования Администрации города Екатеринбурга, который оказывает информационную и финансовую поддержку проекта.

В период пандемии с 2019 по 2021 год ситуация с онлайн образованием в стране и в Екатеринбурге наглядно продемонстрировала необходимость актуализации и оптимизации медиа навыков для участников образовательных отношений. Недостаточный уровень владения медиаконтенциями может привести к несоответствию современным профессиональным требованиям и невостребованности будущих (школьников) и настоящих (педагогов) работников на рынке профессиональных услуг. Медиаграмотность сегодня – это самый необходимый навык для человека XXI века, который можно поставить наравне с чтением и письмом.

В связи с этим возникла необходимость создания единого образовательного пространства для развития медиакомпетенций и навыков школьников и педагогов. Помимо этого, появилась необходимость создания информационного пространства для размещения детского конкурсного контента.

МедиаГород реализуется по 4 направлениям на основе взаимодействия с профессиональными союзами, общественными организациями и бизнес-сообществами, связанными со сферой медиа и с использованием кадровых ресурсов профессиональных СМИ, чтобы предоставить одновременно и школьникам, и педагогам города максимальные образовательные возможности в освоении медиатехнологий, совместной практической деятельности по созданию и производству медиаконтента, конкурсных мероприятий для представления результатов обучения, полученных навыков и умений.

1. Исследовательское направление:организация и проведение исследования на тему «Школьные СМИ как медиаобразовательные проекты (печатные, видео, радио, электронные)». Всего было проведено 4 крупных исследования.

Исследования позволяют актуализировать и систематизировать количество и разнообразие видов редакций в муниципальных образовательных организацияхгорода и спланировать работу по совершенствованию системы работы с высокомотивированными детьми.

В масштабном исследовании форма для заполнения включает 9 разделов в них 79 вопросов:

1. Общая информация (9 вопросов)
2. Сведения о редакции (17 вопросов)
3. Печатные издания (12 вопросов)
4. Школьное телевидение (12 вопросов)
5. Социальные сети (8 вопросов)
6. Сайт образовательной организации (4 вопросов)
7. Школьное радио (9 вопросов)
8. Фото (документальная и художественная съемка) (4 вопроса)
9. Модернизация среды развития медиакомпетенций (4 вопроса)

По данным последнего исследования в Екатеринбурге фигурирует129 молодежных СМИ из 101 образовательной организации. На основе этих данных создана карта школьных СМИ на платформе Яндекс-карты, которая размещена в общем доступе.

Медиаобразовательные процессы в нашей стране в последние десятилетия стремительно развиваются. Наиболее значимым фактором становления медиаобразовательной системы в России является медиаобразование в образовательных организациях, как в школах, так и в учреждениях дополнительного образования. Оно напрямую связано с подготовкой подростками собственных медийных продуктов – печатных изданий, телевизионных передач, радиопередач, публикаций в любых форматах (тексты, фото, видео, подкасты) на сайтах образовательных организаций, в их группах в социальных сетях. Школьные медиа – это та сфера, на которую государство сегодня обращает особое внимание.

2. Образовательное направление:

Организация и проведение образовательных мероприятий для обучающихся и педагогов с использованием различных современных форм и методов, в том числе дистанционных, в рамках образовательного проекта «Медиашкола».

3. Конкурсное направление:организация и проведение конкурсов для обучающихся 1-11 классов:веб-викторины, конкурсы фото и видео творчества.

Визитной карточкой проекта является городской конкурс “MediaSkills-Екатеринбург”, который стал ответом на все более возрастающие требования к навыкам специалистов любой сферы деятельности: планировать, готовить и представлять результаты своего труда в медийном формате. Конкурс проводится для актуализации такого компонента надпрофессиональной компетенции, необходимого в жизнедеятельности каждого человека независимо от сферы его интересов и деятельности, как мультимедийность, ориентация школьников, как будущих специалистов любой отрасли, на творческую инициативу, самостоятельность, конкурентоспособность, мобильность.Каждый участник может попробовать себя в реальной мультимедийной журналистике и определиться не только с выбором профессионального пути, но и приобрести навыки, необходимые в любой сфере деятельности современного человека.

В течение всего учебного года участники, объединенные в разновозрастные команды от образовательных организаций принимают участия в конкурсных треках: готовят фоторепортаж, записывают новостные сюжеты, берут интервью, создают лэндинги и др. В Финал приглашаются 10 команд с наилучшим результатом на основании турнирной таблицы. В финале команды работают в режиме реального времени в рамках детского информационного агентства, освещая значимые события, даты или места города Екатеринбурга.

4. Практическое направление.

Участникам предлагается применить на практике полученные навыки в образовательном и конкурсном направлениях, принимая участие в пресс-конференциях и пресс-десантах, где школьники знакомятся с представителями различных про-

фессиональных сообществ, государственных и общественных структур. Благодаря пресс-конференциям формируется творческая профессиональная среда, обеспечивающая самореализацию талантливых детей и новое качество деятельности школьных СМИ в масштабах образовательного комплекса города.

Юные корреспонденты принимают участие как в онлайн пресс-конференциях, так и в очных. Спикерами на пресс-конференциях выступают представители различных профессиональных сообществ.

Одной из самых масштабных пресс-конференций приуроченной к Дню защитников Отечества стала пресс-конференция, проведенная в феврале 2021 года, о работе в “красной зоне”, а спикерами стали главные врачи, медсестры городских больниц, ковидных госпиталей и главный эпидемиолог Екатеринбурга. В рамках декады Героев России героем пресс-конференции стал олимпийский чемпион Давид Белявский. Таким образом юнкорам было предложено посмотреть на Героев «под другим углом». В 2022 году совместно с партнерами проекта: Уральской индустриальной биеннале современного искусства, удалось аккредитовать 5 юных журналистов на официальную пресс-конференцию для профессиональных СМИ, где юнкоры наравне с опытными журналистами задавали вопросы художникам и кураторам выставки. После пресс-конференций юным журналистам отводится время на подготовку статьи. Публикуются статьи на трех ресурсах помимо ресурсов самого школьного СМИ. Это официальный сайт проекта “МедиаГород, сайт Дворца творчества “Одаренность и технологии” и официальный портал Екатеринбурга екатеринбург.рф .

По итогам участия обучающихся и педагогов в разных направлениях проекта формируется рейтинг на основе личного трекера достижений и определяются самые активные и результативные участники и педагоги проекта “МедиаГород”, которым в конце учебного года присваивается статус “МедиаЛидер” и «Лидер медиаобразования» на ежегодном Слете юнкоров.

РеализуяПроектна уровне города, происходит не только повышения имиджа образовательного комплекса Екатеринбурга, но и формирование медиакультуры личности нового типа,

способной жить и работать в условиях изменяющегося, нестабильного мира и информационной цивилизации XXI века.

Руслякова Е.Е.
Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИА-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВУЮ АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОФИЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ СМИ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В статье описан вариант актуализации рабочей программы дисциплины в профильных областях знаний. Актуализация рабочей программы необходима для формирования актуальных современных конкурентоспособных hard-skills, soft-skills и digital-skills компетенций. Корректировка дисциплины привела к следующему результату: актуализация программы, создание цифровых компетенций, обновление тем лекций и заданий практических, самостоятельных работ. Программа была защищена в Университете Иннополис.

Ключевые слова: медиа-информационная грамотность, цифровая трансформация, soft-skills,digital-skills, компетенция.

FORMATION OF MEDIA INFORMATION LITERACY THROUGH DIGITAL UPGRADING OF THE PROFILE DISCIPLINE “MEDIA PSYCHOLOGY”

Ruslyakova E.E.
Nosov Magnitogorsk State Technical University

The article describes a variant of updating the work program of the discipline in specialized fields of knowledge. Actualization of the work program is necessary for the formation of relevant modern competitive hard-skills, soft-skills and digital-skills competencies. The correction of the discipline led to the following result: updating the program, creating digital competencies, updating the topics of lectures and tasks of practical, independent work. The program was defended at Innopolis University.

Keywords: media information literacy, digital transformation, soft-skills, digital-skills, competence.

Цифра – это не про IT, не компьютеры, это про данные, информацию, про процессы, про людей. Волна цифровой трансформации становится все сильнее во всех сферах и в образовании. В университетских сообществах уже есть люди способные это понимать и думать по-другому. Рефлексируя по поводу этого момента, каждому преподавателю приходится адаптироваться под этот процесс. Пока не известен конечный результат, как должно выглядеть образование, программы, которые будут развивать медиа-информационную грамотность специалистов, поэтому любая актуализация рабочих программ дисциплин – это творческая проба. С одной стороны – цифровой тренд, с другой – мы еще не знаем, как должно быть. В качестве замысла, в его основу положили стратегию формирования цифровой начинки дисциплины. Корректировка дисциплины привела к следующему результату: актуализация программы, создание цифровых компетенций, обновление тем лекций и заданий практических, самостоятельных работ. Программа была защищена в Университете Иннополис.

В связи с быстрым темпом технического прогресса и огромным потоком информации в настоящем и будущем люди нуждаются в непрерывном образовании,образовании в течение всей жизни, которое будет актуально сегодняшнему и завтрашнему дню. Для таких форм образования характерна интерактивность, возможность самостоятельно регулировать время получения и объем нагрузки за счет цифровых и электронных источников [2].

Одновременно технологический прогресс и современные условия жизни открывают возможности новым методам преподавания уже сейчас и в будущем [3]. Например, уже сейчас в работу преподавателей активно входят следующие цифровые инструменты: активные быстрые опросы на занятиях с помощью платформ «Mentinetr», «Sli.do»; быстрая проверка знаний через систему «Kohoot!» или сбор данных, проведение исследований с помощью Google формы, размещение информации в облачных хранилищах, создание электронных учебников, ЭОР, ЭУМК, организация видеоконференций в «Zoom», «Teams», «Discord»и пр, организация индивидуаль-

ной и групповой самостоятельной и практической работы студентов с использованием программных продуктов «Miro», «Trello», использование платформ открытого образования «Stepik», «Coursera». Еще пять лет назад в образовании большая часть этих инструментов не использовалась так активно. Трудно представить, что будет еще через пять лет, учитывая современные образовательные тренды, тенденции и то, что в России реализуется масштабный проект цифрового образования 2030. Цифровые технологии будут использоваться для решения проблем в традиционном образовании, расширении его возможностей.

Важность внедрения информационно-коммуникационных технологий в образовании впервые была отмечена на международном докладе «Всемирный доклад по коммуникации и информатизации 1999 – 2000». Ф.Майор говорит, что новые технологии вводятся для лучшего мира. Цифровые ресурсы не для продвижения технологий, а для улучшения качества жизни людей. Лучший мир – это мир, в котором каждый человек будет получать пользу от науки, культуры и связи [1]. Все с большей интенсивностью мы наблюдаем конвергенцию СМИ, электронной промышленности, телекоммуникации, информационного общества и информационно-коммуникационных технологий. Приоритетный путь развития российского образования связан с глобальной информационной стратегией. Сложно представить, что образование современных студентов, а тем более изучение такой дисциплины как «Психология СМИ и связей с общественностью» у студентов, будущих-психологов будет происходить без цифровых компетенций.

Соответственно, целью освоения данной дисциплины будут компетенции, которые связанны с получением, поиском, оформлением информации, в том числе цифровой, электронной и с использованием цифровых, электронных технологий и ресурсов. Задачи – сформировать у студента представления о закономерностях и механизмах психологии СМИ и связей с общественностью в рамках глобальной системы современных коммуникаций, о роли СМИ в экономической, политической, культурной и социальной жизни, о профессиональных умени-

ях и навыках (прежде всего в сфере информационных и цифровыхтехнологий).

Таким образом, необходимо не только формировать знания относительно предметных рамок дисциплины «Психология СМИ и связей с общественностью», но и закладывать в образование перспективную модель, которая будет гибко реагировать на стремительный технический прогресс и использовать его достижения в образовании, кроме того, обучать студентов в дальнейшем самостоятельно следить за трендами в образовании и учитывать нарастающую цифовизацию общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Всемирный доклад ЮНЕСКО по коммуникации и информации, 1999-2000 гг. М., 2000.

2. Яменко О.П. Информационно-коммуникационные технологии в среде дистанционного образования // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 4.

3. Information and communication technologies in real and virtual educational space: Materials of the International scientific-practical video-conference (Tyumen, November 21, 2014) /Edited by V. V. Mayer, S. M. Moor. Tyumen: TSOGU, 2015.

Симашенков П.Д., Рогалева А.А.
Самарский университет государственного управления «МИР», г. Самара

ЦИФРОВАЯ ДИДАКТИКА И МЕДИЙНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ

Актуальность темы обусловлена появлением т.н. цифро-скептиков. Объект исследования – ценностные установки медиаграмотности, предмет – их реальное воплощение в системе высшего образования. Выбран аксиологический подход к изучению проблемы, предполагающий рассмотрение цифровизации образования в социо-философском аспекте. Авторы уверены: конструктивная критика цифровизации не имеет никакого отношения к обскурантизму.

Отстаивая принципы классической педагогики, цифро-скептики защищают культуру от догматизма и утилитарной примитивизации.

Ключевые слова*:* цифровизация, инновации, медийная грамотность, BANI-мир, менеджмент образования

DIGITAL DIDACTICS AND MEDIA COMPETENCY

Simashenkov P.D., Rogaleva A.A.
Samara IMI PA University

The relevance of the topic is due to the emergence of the so-called digital skeptics. The object of the study – the values of media literacy, the subject – their real embodiment in the system of higher education. The axiological approach to the study of the problem has been chosen, which involves considering the digitalization of education from a socio-philosophical perspective. The authors are sure: constructive criticism of digitalization has nothing to do with obscurantism. By defending the principles of classical pedagogy, digital-skeptics defend the culture against dogmatism and utilitarian primitivization.

Keywords: digitalization, innovation, media literacy, BANI-world, education management.

В последние годы литература, посвященная образовательной инноватике, обогатилась темой критики т.н. «антицифрового сопротивления». Цифро-скептиков считают эдакими неолуддитами, которые вознамерились препятствовать прогрессу из ревности к умным машинам. Между тем, по другую сторону баррикад складывается своя цифровая патристика (С. Джобс, И. Маск, Б. Гейтс) и апологетика (Ч. Нордстрем, Ю. Харари, Дж. Кантон, Р. Скоубл). Ученые обслуживают бизнесменов – такое вполне в обычаях буржуазной науки. На наш взгляд, данное направление грешит тенденциозностью уже потому, что очерчивает будущее исключительно пиар-маркетинговыми рамками. Безусловно, это позволяет эффективно сбывать форсайты [3], но едва ли прогрессивно в смысле развития и просвещения человечества. По большому счету, гуманизм никогда не был сильной стороной коммерции, и если какое-то материально выгодное явление потенциально опасно, негативные проявления предпочитают называть максимально обтекаемо и

абстрактно: новая нормальность, реальность 2.0 и т.п. В этой нео-реальности доступность образования подменяется доступом к информации, что далеко не одно и то же. Такое цифровое просвещение – всего-навсего насаждение элементарной и мало к чему обязывающей грамотности, иллюзия досягаемости знания. Для начала следует определиться: люди осваивают интернет-пустоши, или же цифра присваивает человека. Бонусы Реальности 2.0 преимущественно развлекательного свойства, что, само собой, не имеет ни малейшего отношения к исследовательской деятельности. К тому же, большинство материалов о цифровом мире так или иначе поднимают тему продажничества. Значит, и ключевое направление развития технологий – сугубо коммерческое, априори ориентированное на потребителя. Весомые достоинства альтметрии, удобства и преимущества социальных сетей (в т.ч. и специализированных, для ученых и педагогов) – всё так или иначе сводится к расширению клиентской базы, прокачке профиля и накачке рейтингов. Жертвой user-friendly оптимизаций становится, в первую очередь, содержательная часть просвещения [2], ведь именно ее низводят до удобоваримого суррогата.

Методология цифровизации преисполнена упрощений. Обозначим наиболее опасные, на наш взгляд:

1) отождествление знаний с информацией, а информации – с данными;

2) подмена творчества с креативом;

3) отождествление реалий (примет действительности) с реальностью [1] .

Абсолютизация материального успеха и благополучия привела к тому, что мало кто из Z-генерации намерен посвятить жизнь профессии или вообще какому-либо делу. Приоритетная стратегия – собрать бонусы (ничем не гнушаясь), дабы остаток жизни «кайфовать и чилить». Естественно, отдых как смысл жизни противоречит коммерческой идее «lifelong learning» как основе парадигмы цифрового просвещения, что еще раз доказывает ее несуразность.

На наш взгляд, камень преткновения лежит вовсе не в технологической плоскости – здесь скорее вопрос идеологии и

психологии. Красота науки разрушается псевдо-экономической функциональностью, цифровым детерминизмом и цинизмом менеджмента. Информационные технологии давно переросли из орудия в средство, а теперь претендуют быть целью. Увлекаясь диджитализацией, важно не допустить тотального оцифрения молодежи. По мнению А. Прокоповича-Антонского, просвещение без чистой нравственности и утончение ума без обогащения сердца есть злейшая язва, истребляющая благоденствие не единых семейств, но и целых народов. Концептуальное (теоретико-идеологическое) осмысление структурирует хаос – следовательно, гуманитарное образование призвано вразумлять, охраняя человека от техно-одержимости. По этой причине комсомолец из ФЗУ куда образованнее и (главное) – интеллигентнее отличника-магистра эры цифрового прорыва. Формальная аттестация не может быть признана исчерпывающим свидетельством уровня подготовки (классический пример – казус ЕГЭ-династии Тепляковых).

В заключение попытаемся наметить пути разрешения кризиса цифрового образования и повышения медиаграмотности подрастающего поколения. По аналогии с реабилитацией зависимых (где чем суровее режим, тем дороже клиника), можно попытаться объявить престижными вузы, где содержательная прогрессивность сочетается с ультра-традиционностью педагогических приемов. Данную роль легко поручить вузам гуманитарного профиля (и по преимуществу – негосударственным) хотя бы в силу их немногочисленности (по одному на регион). Нечто похожее существовало до революции – следовательно, есть вероятность, что подобная практика способна вернуть авторитет старым добрым университетским традициям. Кроме того, это решит проблему набора приемлемого контингента на гуманитарные специальности, востребованность коих будет возрастать по мере актуализации идеологии в России. Разумеется, вопрос требует комплексного решения.

Заявления цифро-реформаторов о практико-ориентированности подготавливают почву формирования структур, аналогичных реальным училищам. Значит, параллельно с санацией вузов от айти-популизма и шоу-дидактики было бы разумно

включить минимальную цифровую грамотность в обязательный «тривиум» школьника, тем самым избавив от тривиальности более высокую ступень образования, где необходимо сосредоточиться на формировании концептуального мышления и склонности к исследованиям. Таким образом, избавленные от спеси айтишники займут нишу персонала, обслуживающего технологический прорыв.

Вспомним ленинское предостережение: «в вопросах культуры торопливость и размашистость вреднее всего. Надо проникнуться спасительным недоверием к скоропалительному и быстрому движению вперед». Нынешнее расчеловечивание беспрецедентно, потому что тотально и стремительно – во многом вследствие вульгаризации образования [Согомонов, 59] и подмены его информационными технологиями. Мы убеждены: пришло время трезво подумать, чем оправданы авансы и громогласные дифирамбы цифре. Отстаивая принципы классической педагогики, цифро-скептики защищают просвещение от догматизма и переупрощений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Согомонов А.Ю. Цифровой университет в информационном обществе: этические аспекты текущей трансформации // Ведомости прикладной этики. 2021. № 57. С. 48–63

2. Ярославцева Е.И. Человек в цифровом пространстве – допуск к образованию или просвещению? Высшее образование для XXI века. Доклады и материалы. Симпозиум «Высшее образование и развитие человека». 2015: 27 – 36.

3. Holcomb, C., Baker, J. N. Digital behavior intervention plans: Effects on general education teacher fidelity of implementation. Journal of Special Education Technology. 2020. № 35(3). P.155-166.

Теличкин М.П.
МБОУ «СОШ №116 г.Челябинска», г.Челябинск

ПРОБЛЕМА ФЕЙКОВ, ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ЛОЖНЫХ НОВОСТЕЙ В АСПЕКТЕ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

В статье рассмотрены фейки и дезинформация с точки зрения такой информации, которая функционирует в медиа-пространстве. Автор предпринимает попытку ответит на следующие вопросы: как реагировать на фейк? как понять, что прочитанный текст это фейк? как они распространяются и как обезопасить себя и наше окружение от влияния подобной информации?

Ключевые слова: фейк; фейковые новости; онлайн-новость; интернет; интернет-коммуникация; телевидение.

THE PROBLEM OF FAKES, DISINFORMATION AND FALSE NEWS IN TERMS OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY

Telychkin V.P.
School № 116

The article considers fakes and disinformation from the point of view of such information that has arisen in the media space. The author tries to answer the following questions: how to respond to a fake? how to understand that the read text is a fake? how do they manifest themselves and how to protect ourselves and our environment from the description of relevant information?

Keywords: fake, fake news, online news, Internet, online communication, television.

Fake or fake news is used to gain popularity on social media, gain political or competitive advantage, discriminate against certain groups, attract the attention of individuals or companies, illegally obtain money or property from users, and corrupt information stored on users' computers [1].

There are several main reasons why fakes and innuendos happen in the media – competition for power and audience attention, the

desire to sell, earn money or deceive, and the feeling of "mastering people's feelings" by stirring their emotions.

In any case, it is obvious that at this point everyone needs to understand that, unfortunately, not all social media content represents real and verified facts. Therefore, it is important to have tools to determine the authenticity of news so as not to become hostage to contradictory and often false information [2].

Researchers studying social media have found some curious statistics. The main principle of creating fake news is to make the information as negative or meaningless as possible. Often people think extremely poorly of their surroundings. In other words, we know many things, such as the existence of the pyramids in Egypt, but not everyone has seen them in person, so a lot of fake news can be made up from that fact. In many cases, fiction is built on undeniable existing things, facts that everyone knows, but the insinuations lurk in the details. It is very difficult to distinguish a fabrication from a true story [3, 4, 5, 6].

In 2017, a Rostov resident "blew up" the Russian Facebook segment by posting a photo of a "smiling Rockefeller widow at a funeral. In just four days, the post received more than 17,000 reposts, and many users believed it to be authentic. Commenters clearly judged the heroine of the post, as evidenced by comments such as "exhausted" and "waited.

In fact, the post was a still from the filming of "Jackie" starring Natalie Portman. The author of the post said that he really thought the actress was Rockefeller's widow. After several commenters corrected him, he realized his mistake and deleted the post. However, the photo had already spread all over the Internet, and many people still continue to believe in the fake.

People today don't have time to verify information, and they often believe without knowing what is best. Social media exploit this extensively – public ignorance becomes a weapon for mind control. Even if the news is fake and refuted, the snowball effect is that reposts overtake refutations and they become meaningless. People often do not want to admit that they made a mistake and, having spread the fake news, believe it to the end, getting into

a psychological vicious cycle of searching for new evidence to convince themselves that they cannot be fooled.

Let's look at the stages of creating a fake.

1.The genesis of counterfeiting

You probably have known since childhood that the creation of false rumors is a natural process in human society. This circulation of information strengthens the social bonds between the storyteller and "his group. In times of force majeure or disaster, panicked and stressed people begin to spread unverified data, conspiracy theories and fake news simultaneously and many times more actively - such is the nature of human thinking.

2.Distribution of counterfeits.

Fakes are spread mainly in social networks, such as parent and student groups. Fakes are then posted on so-called forums and third-tier sites. These sites are characterized by a lack of original material and the posting of content that does not correlate with the news feeds of news agencies and federal media.

3.Fake News Transformation

The narrative is polished and enriched with new details, characters, and characters close to the Russian people. This is exacerbated by the speed of the spread of fake news in the media and the fact that, according to PRNEWS, IO, 90% of viewers cannot distinguish credible news from fake news. And people unwittingly become sellers of fake news, spreading and commenting on misinformation.

4.Replication of fake news to the maximum extent possible.

The main principle of fake news is to publish as much negative or absurd information as possible and replicate it regularly in the Internet space. In this way, it is read, believed, willingly reprinted on their social media pages and shared with their loved ones.

The main characteristics of fakes:

- Fake news reports are "pushed back" by their subject matter and are often part of a larger overall story on a particular topic, rather than a stand-alone story.
- Successful fakes with viral potential have their own plot drama, climax, and denouement.

- Fake messages can be created from the perspective of different first- or third-person narrators.
- The narrative in the fakes can be built around both the protagonist and his antagonist.

How to recognize fake (fake) news:

1.Check the authenticity of the facts and images.

Reliable news usually contains a lot of verifiable factual data, quotes from experts, etc. If all of this is missing, ask yourself: "Why?" It is advisable to check this data, since misinformative material often contains incorrect references, dates and timeline changes. Social media images may be edited or manipulated. In addition, images may be used in misleading contexts, even if they are authentic.

2.Check the source and author of the publication.

Check the address of the page where the news is posted. If there are typos or unusual domain extensions in the address, the source is unreliable. Focus on the author of the news or opinion piece. Whether they are experts in their field and what their reputation is.

3.Evaluate comments critically.

Genuine articles and videos may not have comments. Comments are often automatically created by bots or users hired to post inaccurate information. One-sided comments are a manifestation of this. Keep a critical eye and ask yourself more often: What is the purpose of the article? Is it promoting someone else's interests, opinions or ideas?

4.Check other sources

Whether other sources report this fact. Whether citations are used in the article with references to authoritative sources. Are there headlines or messages in the article that evoke strong emotions; they should be specifically cross-checked. Use information from reliable news sites and government news agencies and media outlets.

In 2019, the State Duma adopted amendments to the Law "On Information, Information Technologies, and Information Protection" and amendments to the Code of Administrative Offenses (CAO) aimed at countering fake news - unreliable socially significant information disseminated under the guise of credible reports and creating a threat to security. According to the adopted

law, “unreliable information” means information disseminated under the guise of reliable reports that threatens the life, health or property of citizens, threatens a mass disruption of public order or public safety, threatens life support, interference or destruction of transport or social infrastructure, credit organizations, energy, industry or communications.

Thus, disseminating information, such as that there is no epidemic, that banks will close tomorrow, that pensioners will not receive their pensions, that taxes will be doubled, or that the stores will sell food on cards, has public value and can lead to panic and mass unrest. Its dissemination on information and communication networks, including the Internet, is prohibited.

According to Article 10.6 of the Law “On Information, Information Technology and Information Protection”, the owner of a social network is obliged to identify and limit access to inaccurate information. In addition, Article 15.3 of the same law provides for the possibility of blocking sites that disseminate inaccurate information under the guise of reliable messages. The blocking mechanism works as follows: if inaccurate and socially dangerous information is found on a media site or social network, the Prosecutor General or his representative submits an application to Roskomnadzor with a demand to restrict access to the information resource spreading such information Roskomnadzor blocks the administrator of the Internet publication, who must immediately remove the inaccurate information. If the editor does not immediately remove the news, Roskomnadzor would send a request via the dialogue system to the telecommunications operator to take measures to limit access to the Internet publication.

If the owner of an information resource removes information disseminated in violation of the law, he must notify Roskomnadzor, and Roskomnadzor will immediately notify the telecommunications operator to resume access to the information resource after confirming the validity of the notice.

According to the Law on Administrative Offenses, fines are imposed both for disseminating fake news in the media and on the Internet. The amount of the fine depends on the severity of the consequences caused by the dissemination of misinformation.

There are many precedents in Russia where citizens and businesses have been punished for distributing counterfeit materials. Most of them occurred during pandemics.

For example, Ekaterina Khrapchenkova became the first person convicted of distributing knowingly false information to the public. The court found that on May 9, 2020, she made a video about packing protective masks, which she claimed were humanitarian aid from China and were illegally sold for money. She posted the video on TikTok, where it garnered more than 687,000 views. The court sentenced the offender to 120 hours of forced labor.

In conclusion, it is important to say that it is important to trust the official media. According to media law, they are responsible for what they report. They must have a polarity of evidence and opinion.

Our space is constantly filled with fakes. The only way to avoid deception is to verify information, research the issue, and be critical of messages that clearly evoke strong emotions, especially if they are untrue.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ильченко С.Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии досто- верности // Медиаскоп. 2016. Вып. 4.

2. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Комму- никативные исследования. 2014. № 2.

3. Котова Н.С., Дукян С.С. Феномен «фейка» в политическом дискурсе эпохи «постправды» // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 2.

4. Козловский Б. Максимальный репост. Как соцсети заставляют нас верить фейковым новостям. М.: Альпина Паблишер, 2018.

5. Панченко Н.Н. Фейк-новость в аспекте достоверности // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. 2013. Т. 8. Вып. 1. Нижний Новгород: Изд-во НГЛУ имени Н. А. Добролюбова, 2013.

6. Суходолов А.П., Бычкова А.М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятия, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2.

Третьякова М.О., Белова И.В.
Северо-Западный институт управления
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
г. Санкт-Петербург

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ ВЕДЕНИЯ КОНФЛИКТОВ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

В статье дезинформация представлена как современный способ ведения межгосударственных конфликтов и информационной войны. Рассмотрены цели дезинформации, актуальные методы, используемые за последние несколько лет, при распространении ложных сведений, путём использования социальных сетей и средств массовой информации, а также действенные способы по борьбе с дезинформацией.

Ключевые слова: дезинформация, средства массовой информации, борьба с дезинформацией, введение в заблуждение, безопасность, дискредитация.

DISINFORMATION AS A MODERN WAY OF CONDUCTING CONFLICTSAND INFORMATION WARFARE

Tretyakova M.O., Belova I.V.
North-West Institute of Management
Russian Academy of National Economy and services under the President of the Russian Federation

The article presents disinformation as a modern way of conducting interstate conflicts and information warfare. The objectives of disinformation, current methods used over the past few years in the dissemination of false information through the use of social networks and mass media, as well as effective ways to combat disinformation are considered.

Keywords: disinformation, mass media, combating disinformation, misleading, security, discrediting.

Ложная и вводящая в заблуждение информация используется как инструмент конфликта в государственном управлении с давних времён. На протяжении всей истории так или иначе в государственном управлении использовался метод дезинформации, целью которого являлась дискредитация какой-либо стороны конфликта с целью получения от этого определённой выгоды.

Прежде чем разбираться в таком способе ведения информационной войны, как вброс ложной информации, стоит уделить внимание основной терминологии. Дезинформация – это распространение искажённых или заведомо ложных сведений для достижения пропагандистских, военных (введение противника в заблуждение) или других целей [Коновалов].С развитием информационных технологий использование такого манипулятивного метода как дезинформация не только не потеряло своей актуальности, но и напротив, стало представлять собой серьезную проблему и угрозу.

Цели дезинформации.

Необходимо заметить то, что важной составляющей ведения любого конфликта является именно психоэмоциональное воздействие на оппонента. Поэтому вызов определённых эмоций у объекта, подверженного подобным манипуляциям, по праву можно назвать главной целью дезинформации.

В период высокого развития информационных технологий обмен информацией между людьми, являющимися гражданами разных стран, не представляет особой сложности. В связи с этим открывается определённая возможность для ведения информационной войны путём различных социальных сетей. Чаще всего столкновение интересов происходит именно на фоне политических событий, поэтому стоит упомянуть и о них, так как дезинформация в данном случае играет действительно важную роль. Распространители ложной информации делают упор в первую очередь на эмоции, а не на факты. Новость, вызывающая чувство тревоги и угнетения способна привести человека к неспособности критически мыслить. Использоваться при этом могут различные методы. Среди них можно, пожалуй, выделить 2 значимых способа введения в

заблуждение и дезинформации с использованием социальных сетей:

1.Прямое воздействие

В данном случае чаще всего так называемая «вбрасываемая информация» направлена одной из сторон конфликта на прямое разжигание национальной, религиозной розни и дискредитации определённого государства, политических деятелей или государственной политики путём прямых обвинений и предоставления недостоверной информации.

2.Косвенное воздействие

В данном случае публикуя ложную информацию, распространитель способен представиться непосредственно гражданином того государства, против которого он дезинформацию и распространяет. Либо же представиться тем, кто владеет знанием о достоверной информации, приводя заранее сфальсифицированные источники данных. Тем самым он вызывает большее доверие, а значит и воздействие дезинформации имеет бóльшую силу.

Данных два способа дезинформации активно велись украинской стороной против российского народав период проведения специальной военной операции.

Существенной проблемой, связанной с дезинформацией по праву, можно считать недостоверную информацию, публикующуюся в иностранных СМИ. Если государство обладает полномочиями по устранению дезинформации в пределах своих границ (упраздняя новостные источники, публикующие ложную информацию; вводя уголовную и административную ответственность за распространение ложных сведений и т. д.), то влиять на средства массовой информации других государств путём правовой базы не представляется возможным. Одним из действенных способов в данном случае являются официальные ответы Министерства иностранных дел Российской Федерации на публикации новостей иностранных источников, использующих дезинформацию, как средство информационной войны против Российской Федерации, однакодалее об этом будет сказано чуть подробнее.

Методы борьбы с дезинформацией.

Собственно основным методом борьбы с дезинформацией является скрупулезная и тщательная проверка достоверности информации, а также анализ самих источников, от которых информация была получена[Самошкин, с. 184]. Таким образом, достоверные сведения можно получать в официальных источниках государственных ведомств. Разумеется, не вся информация, по причине своего большого объема, публикуется в подобных государственных источниках, однако, наиболее важные темы, затрагивающие непосредственно такие факторы, как безопасность граждан, суверенитет государства и т. д. могут быть отражены именно наподобных ресурсах. Также в данном случае не затрагивается факт так называемых хакерских атак на официальные государственные источники информации по той причине, что их последствия незамедлительно устраняются и разглашается опровержение публикуемой там ложной информации.

В качестве примера борьбы с дезинформацией можно привести работу пресс-службы Министерства иностранных Российской Федерации, которые ведут публикации в специальном разделе под названием «Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России» [3]. Таким образом любой желающий человек может прочитать разоблачение той или иной информации, публикуемой иностранными средствами массовой информации.

В заключение необходимо отметить, что намеренный обман и распространение заведомо ложной информации действительно является одним из основных методов ведения информационной войны, международных отношений и государственного управления, так как дезинформация способна ввести большое количество людей в заблуждение, повлиять на их психоэмоциональное состояние, а также поменять их убеждения в необходимую сторону. В современном мире дезинформация способна сформировать определённую точку зрения у огромного количества людей, тем самым провоцируя дискредитацию определённых государств, национальностей, политических деятелей и т. д.Умение различать намеренную ложь, способность критически мыслить и сопоставлять реаль-

ные факты, не позволит поддаться заблуждению, а своевременная борьба с дезинформацией на государственном уровне, способна обеспечить безопасность государства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Коновалов В.Н. Политология: Словарь. М.: РГУ. 2010.

2. Самошкин Е.А. Институты борьбы с дезинформацией и мисинформацией в СМИ // Вестн. Моск. ун-та. сер. 10. Журналистика. 2017 г. №6. с. 176–190.

3. Министерство иностранных дел Российской Федерации. Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России // URL: https://mid.ru/ru/press_service (дата обращения: 15.09.2022).

Хмелева К.Р., Сопегина А.А.
Прикамский социальный институт, г. Пермь

НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматривается понятие «медийно-информационная грамотность». Авторами делается попытка ответить на вопрос – кто и зачем должен обладать данными навыками. В статье описаны цели медийно-информационной грамотности, её актуальность, а также данныеотчёта о состоянии цифровой сферы в России. В заключении приводятся возможные варианты повышения медийно-информационной грамотности населения.

Ключевыеслова: коммуникация, информация, медиапространство, медийно-информационная грамотность, саморазвитие.

MEDIA INFORMATION LITERACY: AN IDEA FOR EVERYONE OR FOR A SELECTED?

Hmeleva K.R., Sopegina A.A.
Prikamsky social institute

The article deals with the concept of “media and information literacy”. The authors make an attempt to answer the question - who and why should have these skills. The article describes the goals of media

and information literacy, its relevance, as well as data from the report on the state of the digital sphere in Russia. In conclusion, possible options for improving the media and information literacy of the population are given.

Keywords: communication, information, media space, media and information literacy, self-development.

В современном мире, в мире развития технологических возможностей, термин «информация» стал самостоятельным предметом производственных, управленческих, идеологических и личных отношений. Информация стала товаром, продукцией, предметом труда и объектом услуг. А медиа, в свою очередь – это (от латинского medium, переводимое как «средний» или «посредник») совокупность технологических средств и приёмов коммуникации, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в том или ином виде: текст, музыка, изображение [1] .

Если говорить об истории развития медиа, то это понятие появилось тогда, когда у человека возникла потребность в коммуникации, когда информация, накопленная в его сознании, выплеснулась наружу. Этой информации и потребовались средства передачи, коммуникации. К медиа-коммуникации относятся:аудио (радио, подкасты, музыка), визуальный канал восприятия (фото, видео, арт-объекты), кинестетический канал восприятия (почта, все медиа-коммуникации с обратной связью), диджитал (интернет-медиа). Мы считываем информацию с окружающей среды, кто-то более профессионально, кто-то менее, но для того, чтобы эта информация достигла адресата – нашего сознания, она должна иметь средство транспортировки,медиа. В противном случае мы смотрим, но не видим, слушаем, но не слышим. Многие люди сталкиваются с потоком информации, но не могут полностью и правильно ее обработать, не могут определить, какая информация правдивая, а какая ложная. Поэтому мы можем наблюдать, как каждый из нас обретает некий «информационный пузырь», где генерируетсята информация, те смыслы и ценности, которые были получены человеком извне.

Медийно-информационная грамотность как раз предназначена для того, чтобы каждый научился эффективно разбираться в медиапространстве, умел анализировать значительные объемы информации, оценивать их и выбирать нужные сведения для достижения своих личных, профессиональных и образовательных целей.Знания и навыки, входящие в структуру медийно-информационной грамотности, позволяют людям эффективно применять технологии непрерывного образования, повышать свой профессиональный статус, а также вносить существенный вклад в развитие общества знаний. Такого рода грамотность следует рассматривать и в более широком контексте, охватывающем такие сферы жизни, как гражданское общество, политика и технологии, профессиональное самоопределение, уровень благосостояния и многие другие.

Еще в 2011 году в Марокко состоялось обсуждение I Международного Форума по медийной и информационной грамотности, прошедшее при поддержке ЮНЕСКО, участники которого продемонстрировали свою убежденность в том, что в информационном и технологически развитом обществе каждый из нас обладает правом на медийно-информационную грамотность. В современном мире медийная и информационная грамотность нужна для развития, укрепления свободы, демократии и взаимопонимания [2].

Итогом форума стала Фесская Декларация о медийной и информационной грамотности, в которой подчеркивается, что медийно-информационная грамотность играет важную роль для развития всех сфер социума, а также улучшает качество жизни человека. Грамотность в области медиа и информации привлекает граждан всех возрастов, а особенно молодых людей, к активному участию в жизни общества, к саморазвитию[3].

Согласно отчёту о состоянии цифровой сферы GlobalDigital в России (15 февраля, 2022 г.):

- Общая численность населения составила 145,9 миллиона человек, из которых 129,8 миллионов являются интернет-пользователями. Таким образом, уровень проникновения интернета в России на начало года достиг 89,0% от общей численности, что на 4,7% выше прошлого года.

- Владельцами смартфонов является 95,9% населения, ноутбуков и настольных компьютеров – 78,5%;
- Общее время ежедневного использования интернета – 7 ч 50 мин [4].

Если тенденция сохранится, то в обозримом будущем все пользователи в мире будут тратить колоссальное количество часов в Интернете. Так, если ранее контент создавали профессионалы – писатели, поэты, журналисты, то в настоящее время каждый может заниматься этим.

Кроме того, цифровые технологии сделали доступным такой объем информации, который прежде невозможно было даже представить. Стало еще важнее уметь анализировать, критически оценивать, распознавать правдивость, эффективно использовать и четко передавать информацию в различных формах. Это называется информационной грамотностью, и это навык, который может быть и должен быть приобретен каждым вне зависимости от возраста, пола, сферы деятельности. Почему? Потому что каждый современный человек имеет электронное устройство с выходом в Интернет.

Медийно-информационная грамотность важна, как финансовая грамотность, базовые знания техники безопасности в общественном месте или же правила дорожного движения. Например, зачастую пользователи воспринимают Google как энциклопедию, а не как поисковую систему, каковой он, по сути, и является, и не оценивают полученные результаты с точки зрения их достоверности. А между тем, многие сайты, маскирующиеся под новостные, а также стремительно растущая аудитория соцсетей, способствуют распространению недостоверной, заведомо ложной информации.

Во-первых, исходя из изложенного выше, можно придерживаться одной несложной методики, которая поможет оценить качество найденной информации. Необходимо всегда обращать внимание на три вещи: автор сообщения, цель сообщения, формулировка сообщения. Эти критериипо способствуют критическому восприятию полученной информации и проверке фактов в будущем.

Во-вторых, каждый вправе формировать и в дальнейшем отталкиваться от собственных ценностных ориентиров. Это трудно принять, ведь большинство людей делят мир на белое и чёрное, добро и зло. Мы почти всегда стоим перед каким-либо морально нравственным выбором. Сегодня в мире не должно быть этой двойственности, ведь плюрализм – это основа современного, развитого, глубоко мыслящего общества.

В-третьих – это модернизация существующей системы образования, где действует классическая модель: преподаватель обучает учеников. На самом деле обучать может не только учитель или преподаватель, но и просто человек-профессионал (знаток, практик) в своём деле. Также обучать других может сам ученик (студент), который уже сам освоил определённый навык и теперь готов на понятном языке помочь своим сверстникам. Обучаться можно и самому, например, осуществляя поиск в сети Интернет или общаясь с людьми вне стен образовательного учреждения.

И в заключение нужно добавить, что по мере освоения медийно-информационной грамотности, каждый из нас должен понимать и осознавать свою ответственность в медиапространстве за написанное, сказанное, опубликованное. Уже давно существуют законы, которые определяют наши границы дозволенного в информационном поле. Однако не все ещё ощущают ответственность в виртуальном мире, которая уже сформирована у среднестатистического водителя транспортного средства, у пешехода, у доктора или полицейского в реальном мире.

Медийно-информационная грамотность поможет предвидеть последствия, которые нас могут ожидать в результате нашего безответственного медиаповедения. Что произойдет с твоей виртуальной репутацией, как отреагирует социальное сообщество на твои эмоциональные комментарии, что произойдет с человеком, который подвергается виртуальному насилию? И чтобы эти негативные последствия свести к минимуму, каждый из нас должен усвоить базовые знания медийно-информационной грамотности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гендина Н.И., Косолапова Е.В. Медийно-информационная грамотность в структуре профессиональной подготовки педагогов, журналистов, библиотекарей // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 46. С. 180-193.
2. Жилавская И.В. Медиаинформационная грамотность как новое направление в медиаобразовании //Научно-педагогический журнал Восточной Сибири MagisterDixit. 2011. № 3. С. 82-93.
3. Кузьмин Е. И., Паршакова А. В. Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. – М: МЦБС, 2013. – 384 с.
4. Sostav : [сайт]. – URL: https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html (дата обращения: 03.10.2022).

Чудинов А.М.
Прикамский социальный институт, г. Пермь

ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В ПЕРИОД СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

В данной статье рассматривается деструктивное влияние недостоверной информации или так называемых «фейков» на социальные институты. В качестве метода исследования автором применяется анализ нормативно-правовой базы.В результате обозначена стратегия государства для решения данной проблемы и ее эффективность.

Ключевые слова: фейковые новости, специальная военная операция.

FAKE NEWS DURING SPECIAL MILITARY OPERATION

Chudinov A.M.
Prikamsky Social Institute

This article discusses the destructive impact of unreliable public information or the so-called “fakes” on social institutions, as well as an analysis of the regulatory framework in relation to the topic under consideration.

Keywords: fake news, special military operation.

В последнее время медиасфера развивается с достаточно высокой скоростью благодаря большому количеству анонимных источников и открытому набору средств для их создания. Однако прогресс не всегда оказывает позитивное влияние на общество, безусловно, присутствует ряд отрицательных характеристик. В период проведения Российской Федерацией специальной военной операции (далее – СВО)эти отрицательные черты видны, на наш взгляд, наиболее ярко, а благодаря новизне социально-политической ситуации анализ деструктивного влияния фейковых новостей на данном примере будет актуальнее, нежели на примере ранее произошедших событий. В рамках исследования обозначена стратегия государства для решения данной проблемы и ее эффективность.

Граждане демократических государств способны в той или иной степени влиять на их политику, способствовать принятию новых решений, тем самым, косвенно, совершенствуя общую законодательную базу. Население Российской Федерации в основном учувствует в политической жизни государства посредством создания петиций и организации митингов, с целью выражения своих взглядов, отражающих, в конечном счете, соответствующую идеологию. Однако следует определить, в силу чего конкретно формируются взгляды и идеи человека, а также какие элементы общественной жизни способствуют изменению ранее принимаемойидеологии.

В качестве примера рассмотрим митинг как способ участия граждан в жизни государства. За последние годы следует выделить несколько резонансных и таких крупных случаев, как протест в поддержку Алексея Навального[1] и недавно проведенные протесты против частичной мобилизации. Несмотря на то что предмет данных мероприятий в корне разнится, следует подчеркнуть, что преследуют эти митинги общую цель, направленную на подрыв авторитета государства и власти,

[1] Алексе́й Анато́льевич Нава́льный (род. 4 июня 1976, Бутынь, Одинцовский район, Московская область, РСФСР, СССР – российский политический и общественный деятель, юрист и видеоблогер. Один из лидеров российской оппозиции.

скрытую за различными обстоятельствами. В обоих случаях также стоит заострить внимание, какой именно социальный институт оказывал давление и на граждан, и на государство, освещая события таким образом, что это явно не соответствовало действительности. Безусловно, речь идет о средствах массовой информации (далее – СМИ).

Под СМИ следует понимать различные печатные издания, сетевые издания, телеканалы, радиоканалы и иные формы распространения информации, предназначенные для неограниченного круга лица [1]. В свою очередь, под фейком подразумевается журналистское сообщение, содержащее недостоверную и непроверенную информацию, не соответствующую реальным фактам и эмпирической действительности, и опубликованное в СМИ [2]. Однако, если воспринимать фейки как современное оружие против государственного строя, важно понимать, что в психологически сложные для населения и страны этапы истории, «дульная мощность» такого оружия значительно увеличивается, как и вытекающиепоследствия.

Период проведения Российской Федерацией специальной военной операцией, безусловно, можно назвать сложным для многих в силу того, что речь идет как о свободе граждан на освобождаемых территориях, так и о суверенитете государства. Придерживаясь принципа открытости, органы государственной власти всеми силами пытаются донести истину до населения и стабилизировать положение в стране. С целью снижения влияния недостоверной информации на сознание населения государством разработаны нормы, ограничивающие дальнейшее «разрастание» фейков, поскольку для общества и государства фейковые новости несут большую реальную угрозу, так как люди часто верят самым невероятным слухам, лживым сообщениям и постам [3].

Стоит отметить (не затрагивая гражданское производство), что в отношении распространения ложной информации ранее уже была предусмотрена уголовная ответственность, однако на фоне антивоенных протестов в отношении Российской Федерации 4 марта 2022 года Федеральным законом №32-ФЗ были внесены поправки в действующий Уголовный кодекс

Российской Федерации (далее – УК РФ), предусматривающие статьей 207.3 ответственность за публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных Сил Российской Федерации, исполнении государственными органами Российской Федерации своих полномочий. Так, к обвиненным по данной норме можно отнести такие личности, как: Алексей Горинов, Марина Овсянникова, Дмитрий Глуховской[2] и др. В отношении данных лиц возбуждены уголовные дела, поскольку главным образом присутствует субъект преступления, однако не во всех случаях имеет место быть состав преступления. К примеру, большинство фейков на данный момент распространяется с помощью интернет-ресурса «Telegram» или же аналогичных ресурсов с использованием «VPN». В силу того, что вместо конкретного человека, обладающего идентификационными признаками, недостоверная информация распространяется от имени «телеграм-каналов», правоохранительным органам затруднительно произвести деанонимизацию субъекта и привлечь его к уголовной ответственности.

В заключении важно отметить, что сам факт наличия огромного количества каналов с ложной информацией свидетельствует о том, что, несмотря на принимаемые поправки и пропаганду достоверной информации со стороны власти, угроза продолжает существовать. Прослеживается явная нехватка механизмов реализации вновь принимаемых норм, тем самым у недобросовестных СМИ появляется чувство безнаказанности, что увеличивает их деструктивное влияние на социальные институты.Оценивая позицию государства, важно понимать существенную разницу между понятиями «цензура» и «ограничение противоправной информации»,поскольку имен-

[2] Алексей Александрович Го́ринов (род. 26 июля 1961, Москва) – российский политик, муниципальный депутат Красносельского района города Москвы; Мари́на Влади́мировна Овся́нникова (род. 19 июня 1978, Одесса) – российская тележурналистка, работавшая редактором международной смены службы городов на «Первом канале»; Дми́трий Алексе́евич Глухо́вский (род. 12 июня 1979, Москва) – российский писатель, журналист, сценарист и радиоведущий.

но второе должно иметь место в современном государстве, с целью сохранения целостности и порядка.Кроме прочего, необходимы более действенные механизмы надзора в информационной сфере, соответствующие целям оперативной деанонимизации пользователя и его дальнейшего привлечения к уголовной ответственности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022) «О средствах массовой информации» // Рос. газета.08.02.1992. № 32.

2. Ильченко С.Э. Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить: как нас дурачат СМИ. Ростов-на-Дону: Феникс, 2021.

3. Красовская Н.Р., Гуляев А.А., Юлина Г.Н Фейковые новости как феномен современности// Власть. 2019. № 4.

Яковлева В.С.
Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета, г.Стерлитамак

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

В статье рассматриваются понятие, составляющие, области применения цифровой грамотности, необходимость повышения уровня цифровой грамотности.

Ключевые слова: информация, цифровая грамотность, цифровая компетентность, социальная практика.

DIGITAL LITERACY

Yakovleva V.S.
Sterlitamak branch of Bashkir State University

The article discusses the concept, components, areas of application of digital literacy, the need to improve the level of digital literacy.

Keywords: information, digital literacy, digital competence, social practice.

За последние десять лет уровень компьютеризации и автоматизации перешел на новый качественный уровень. Сегодня практически невозможно найти сферу человеческой деятельности, которая не была бы затронута цифровыми технологиями. Все больше и больше типов информации (текст, аудиовизуальные) оцифровываются. Жизнь в современном мире становится невозможной без различных цифровых технологий. Следует отметить, что цифровые технологии стали важными в развитии межличностного общения, получении и предоставлении услуг, профессиональной деятельности практически любого направления, а также отдыха. Огромное количество информации доступно любому пользователю Интернета каждый день. Цифровые технологии используются как высокотехнологичные средства коммуникации, так и как инструмент для обучения и работы [3].

Определения цифровой грамотности бывают двух основных видов: концептуальные определения и стандартизированные наборы операций, предназначенные для обеспечения национальной и международной нормализации цифровой грамотности [1]. Люди, владеющие цифровой грамотностью, могут:

1) Быстро находить и оценивать большое количество информации;

2) Создавать свой собственный алгоритм чтения, ознакомления с информацией;

3) Снимать, копировать и редактировать цифровые фотографии и видео;

4) Создавать документы, сочетающие слова, графику, видео и аудио;

5) Создавать большие и сложные социальные сети и управлять ими;

6) Ориентироваться и взаимодействовать в виртуальном мире;

7) Защищать персональные данные [2].

Цифровая грамотность − один из “обязательных” навыков современной жизни. Под этим понятием подразумевается совокупность знаний и навыков, необходимых для безопасного и эффективного использования цифровых технологий в совре-

менном мире. Понятие «цифровая грамотность» имеет свойство постоянно меняться и расширяться.

Различие между цифровой грамотностью и компьютерной грамотностью заключается в том, что компьютерная грамотность понимается как навыки работы с компьютером, управление файлами и папками, знание основ информатики, минимальные знания базовых офисных программ [4].

Цифровая грамотность определяется знаниями и навыками необходимо для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и интернет-ресурсов. С другой стороны, цифровая грамотность − это способность человека использовать цифровые технологии в полной мере. В современном мире высококвалифицированный специалист должен уметь работать с онлайн-сервисами и общаться с коллегами с помощью современных технических средств. К таким средствам относятся смартфоны, ноутбуки, планшетные компьютеры и так далее. Они постоянно меняются, и вам нужно уметь грамотно ими пользоваться. Вы также должны иметь возможность использовать так называемые облачные технологии, чтобы работать в любое время и в любом месте. Все эти навыки очень важны для современного профессионала. Чтобы жить в цифровом мире, требуются личные, технические и интеллектуальные навыки. Постепенно цифровые технологии становятся незаменимыми в современном обществе. Понимание цифровой грамотности расширилось от технических аспектов до более широкого понимания применения цифровых технологии – социальные, этические, экономические [5].

Цифровые компетенции, цифровое потребление и цифровая безопасность − это три компонента, которые включают в себя концепцию цифровой грамотности. Цифровое потребление отражает уровень доступности и использования различных цифровых технологий: а именно, наличие мобильного интернета, количество интернет-СМИ, интернет-магазинов в регионе, наличие цифровых устройств, уровень предоставления и использования государственных услуг в электронном виде. Мобильное обучение - одна из тенденций современного мира [4].

Таким образом, цифровая грамотность включает в себя способность использовать технологию в качестве инструмента для исследования, организации, оценки и передачи информации, а также для владения пониманием этических юридических вопросов, связанные с доступом информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ахметжанова Г.В. Система научного обеспечения дополнительного профессионального образования в информационно-образовательной корпоративной среде // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2016. №124.
2. Валеева Р.Р., Кузнецова А.А. Целевая подготовка кадров: направления, технологии и эффективность. Матер. международ. науч.-прак. конф. – Набережные Челны, 2019.
3. Гилстер П. Цифровая грамотность. Нью-Йорк,1997.
4. Ефимова Г.З., Сорокин А Н., Грибовский М. В. Идеальный педагог высшей школы: личностные качества и социально-профессиональные компетенции. Образование и наука. 2021. № 1.
5. Якунин, А. Ф. Информационно-коммуникационные технологии и цифровая грамотность педагога. // Вестник Таганрогского института им. А.П. Чехова. 2016. № 1.

Ячменева О.А.
Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск

РАЗВИТИЕ МЕДИАСРЕДЫ И МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИКАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В статье рассматриваются понятия медиасреда и медиа-информационной грамотности (МИГ) в соответствии с материалами ЮНЕСКО, разбирается влияние медиасреды на культуру человека и общества в целом, также представлен краткий обзор на программу развития МИГ, акцентируется внимание на важности получения и

развития навыков МИГ для обеспечения равноправного доступа к информации и знаниям.

Ключевые слова: медиасреда, медийно-инфрмационная грамотность, навыки МИГ, медиаобразование, человеческий капитал.

MEDIA ENVIRONMENT AND MEDIA AND INFORMATION LITERACY AS A FACTOR IN HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

Yachmeneva O.A.
South-Ural State University

The article examines the concepts of media environment and media and information literacy (MIL) in accordance with the materials of UNESCO, deals with the impact of media environment on the culture of individuals and society as a whole, and provides a brief overview of the MIL development program, emphasizing the importance of obtaining and developing MIL skills to ensure equitable access to information and knowledge.

Key words: media environment, media and information literacy, MIL skills, media education, human capital.

Развитие современной экономики, ориентированной не только на производство, но и развитие человеческого капитала приводит к тому, что начинается процесс внедрения новейших технологий в повседневную жизнь индивида, то есть протекает процесс цифровизации среды. Сейчас многие страны живут в постиндустриальном обществе, где основными драйверами развития считаются знания, наука и образование, что делает их ценнейшим ресурсом общества. Именно поэтому технологии, так или иначе связанные с информационными и коммуникационными процессами, приобретают особую важность, становясь все более и более популярными. В конечном итоге это приводит к формированию информационной культуры и возникновению медиасреды [3].

Вне зависимости от существующих исследовательских парадигм, в самом общем смысле медиасреда представляет собой медиаконтекст жизнедеятельности человека, то есть то, что повседневно его окружает и посредством СМИ связывает с действительностью, оказывая экономическое, идеологи-

ческое или организационное воздействие на его поведение, систему ценностей и взглядов. Можно утверждать, что медиасреда способна выступать определяющим инструментом, формирующим культуру современного информационного общества с помощью генерируемых информационных потоков. В этой связи, как отмечает доктор филологических наук Вартанова Е.Л., следует говорить о появлении такого явления, как«человек медийный – это такой член современного общества, социальное и индивидуальное существование которого определяется и в значительной степени формируется содержанием СМИ как продуктом, потребляемым в процессах массовой и индивидуальной коммуникации, а также коммуникационными отношениями и интересами индивида» [2].

За изменением характера массовой коммуникации неизбежно следует постановка вопроса о необходимости развития грамотности аудитории в медийном пространстве, обеспечивающей понимание основной деятельности СМИ и, конечно же, развития критического мышления у «человека медийного», тем самым повышая уровень человеческого капитала в целом. Так как изменения в информационной среде, протекающие с большой скоростью, и увеличивающийся в геометрической прогрессии рост объема информации оказывают серьезное воздействие на людей и их поведение, видится необходимым массовое изучение медийно-информационной грамотности и дальнейшее совершенствование умения критически оценивать потребляемый контент [5].

Медийно-информационная грамотность (МИГ) представляет собой комплексное понятие, предложенное ЮНЕСКО в 2007 г., включающее в себя «совокупность знаний, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе» [6].

Ключевым умением МИГ является умение формулировать информационную потребность с использованием навыков ка-

чественного потребления информации из различных источников. На данный момент существует множество образовательных программ, направленных на приобретение необходимых умениймедийно-информационной грамотности и их дальнейшее развитие. В большинстве своем все они опираются на образовательную программу для педагогов «Медийная и информационная грамотность», которая включает в себя изучение различных терминов,среди которых есть свобода самовыражения и информационная грамотность; цифровая и телевизионная грамотность; грамотность в использовании электронных игр и др. [4].

Общий уровень МИГ включает в себя развитие:

- Творческие и эстетические навыки (умение сочинять, рассказывать, анализировать смысл, иметь представление об авторском праве и др.);
- Интерактивные навыки (идентификация различных социальных ролей, знание о свободе слова, умение дискутировать и др.);
- Навыки безопасности (представление о возрастных ограничения, конфиденциальности информации, правилах общения и др.);
- Навыки критического анализа (знание разницы между фактом и вымыслом, знание о коммерческих, политически и других целях медиа, умение оценивать степень надежности информации и др.);
- Навыки по управлению информацией (умение искать необходимые сведения, умение использовать различные источники поиска и обработки полученной информации и др.) [4].

Так, мы видим, что общий уровень медийно-информационной грамотности основан на разностороннем развитии индивида, а значит, направлен на совершенствование тех знаний, умений и навыков, которые позволяют ему заниматься успешной самореализацией в социуме. Другими словами, МИГ является важным фактором прогресса человеческого капитала, который стимулирует развитие семьи, экономики и общества, предоставляя государству существенные конкурентные преимущества.

С точки зрения ЮНЕСКО, одним из главных акторов реализации программы МИГ, стремящихся к воспитанию активных и сознательных пользователей СМИ, являются учителя и педагоги в образовательных учреждениях. Принципы и рекомендация, указанные в программе ЮНЕСКО, позволяют государствам-членам формировать свои национальные программы с учетом особенностей их образовательных систем [6].

Медийно-информационная грамотность признает первостепенную роль СМИ в повседневной жизни, потому как МИГ укрепляет демократическийпринцип свободы выражения мнений, являющийся немаловажным на современном этапе развития цифрового общества.

Таким образом, можно утверждать, что развитие и распространение МИГ является поистине глобальным процессом. Расширение прав и возможностей людей за счет совершенствования МИГ выступает важной предпосылкой для обеспечения равноправного доступа к информации и знаниям. В совокупности это способствует поступательному развитию всего общества и, главным образом, человеческого капитала на уровне государств. Вместе с нимпроисходит и развитие различных компетенций, связанных с адаптацией к информационным вызовам среды, поиску и усвоению новой информации и знаний, делая человека более конкурентноспособным в современном мире, формируя активное гражданское общество с высоким уровнем медиаобразования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бабушкин Д. А., Двойненко М. О. Актуальные вопросы киберсоциализации субъектов образовательного процесс //Инновационное развитие профессионального образования. 2021. №. 4 (32).

2. Вартанова Е. Л. От человека социального – к человеку медийному // От книги до Интернета. Десять лет спустя / под ред. Н. Э. Микеладзе, А. В. Раскина. М.: Ф-т журн. МГУ: МедиаМир, 2009.

3. Гендина Н.И. Информационная и медиаграмотность, информационная культура личности: ведущие международные и

российские тенденции подготовки человека к жизни в информационном обществе. URL: http://bit.ly/1NlVQr3 .(дата обращения: 17.09.2022).

4. Жилавская О.П. Медийно-информационная грамотность как целостное понятие в изменяющемся мире // МІС: медиа, информация, коммуникация. 2016. №18.

5. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический Проект, 2005.

6. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. ред. А. Гриззл, Р. Туазон; пер. Е. Малявской. URL: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil_rus.pdf.- (дата обращения: 17.09.2022).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абдулина Карина Юсуповна – учитель английского языка

Бабушкин Дмитрий Александрович – директор, АНО “Агентство социальных проектов и молодежных инициатив”, магистрант, Южно-Уральский государственный университет.

Белова Ирина Владимировна – старший преподаватель, Северо-Западный институт управления Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Гаврилов Виктор Викторович – кандидат педагогических наук, Сургутский государственный педагогический университет.

Гычина Юлия Константиновна – студент, Московский педагогический государственный университет.

Двойненко Максим Олегович – заместитель директора, АНО “Агентство социальных проектов и молодежных инициатив”, старший преподаватель, Южно-Уральский государственный университет.

Женин Иван Ваганович – студент, Южно-Уральский государственный колледж.

Зулькарнаева Валерия Тимуровна – студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого.

Изотов Антон Александрович – заместитель директора, муниципальное автономное учреждение дополнительного образования Городской Дворец творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии».

Корносенко Екатерина Владимировна – студент, Санкт-Петербургский государственный университет.

Макарова Светлана Сергеевна – преподаватель, Южно-Уральский государственный колледж.

Некрасов Павел Борисович – методист, спортивно-оздоровительный комплекс «Луч».

Орлова Елена Александровна – кандидат психологических наук, доцент кафедры коммуникационного менеджмента и рекламы, связей с общественностью, Московский педагогический государственный университет.

Поддячая Екатерина Александровна – Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ».

Прохода Екатерина Геннадьевна – начальник отдела, муниципальное автономное учреждение дополнительного образования Городской Дворец творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии».

Рогалева Анастасия Андреевна – студент, Самарский университет государственного управления «МИР».

Руслякова Екатерина Евгеньевна – кандидат психологических наук, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова.

Симашенков Павел Дмитриевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления, Самарский университет государственного управления «МИР».

Сопегина Алина Алексеевна – студент, Прикамский социальный институт.

Теличкин Максим Павлович – педагог-организатор, руководитель школьного медиахолдинга «Максимум», муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №116 г.Челябинска».

Третьякова Мартина Олеговна – студент, Северо-Западный институт управления Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Хмелева Кристина Руслановна – студент, Прикамский социальный институт.

Чераева Ольга Александровна – преподаватель, Южно-Уральский государственный колледж.

Чудинов Артём Михайлович – студент, Прикамский социальный институт.

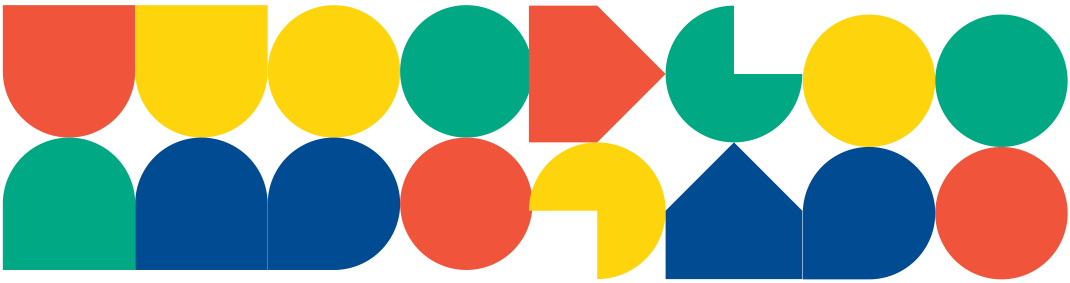
Яковлева Виктория Сергеевна – студент, Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета.

Ячменева Олеся Александровна – студент, Южно-Уральский государственный университет.

Научное электронное издание

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИИ «МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

Ответственный редактор
Наталья Николаевна Кошкарова,
доктор филологических наук, профессор
кафедры международных отношений, политологии и регионоведения,
Южно-Уральский государственный университет

Формат 60 x 80 $^{1}/_{16}$
Уч.-изд. л. 4,3.
Заказ № 876

Издательство: Библиотека А. Миллера
454091, г. Челябинск, ул. Свободы, 159